

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname: Thomas Uloth Unternehmensberatung
Rechtsform: Einzelunternehmen
Eigentums- und Rechtsform: Inhaber
Website: www.erfolgreich-im-wettbewerb.de
Branche: Unternehmensberatung
Firmensitz: Adalbertstr. 32, 10179 Berlin
Gesamtanzahl der Mitarbeitenden: keine
Vollzeitäquivalente: keine
Saison- oder Zeitarbeitende: keine

Jahr	Umsatz	Ergebnis
2018	13.858,60	-33.937,21
2019	19.060,60	-20.259,82
gesamt	32.919,20	-54.197,03

Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen: **Wer gehört zur Organisation? In welchen Ländern sitzen diese Tochtergesellschaften? Welchen Eigentumsanteil hält die Muttergesellschaft daran?** Es gibt keine Tochterunternehmen

Berichtszeitraum: 2018 - 2019

--

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 (2013/14).

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 mit ihrem Unternehmen wachsen und 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?

Beratungsthemen:

- Finden und Einbinden von Mitarbeitern 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

Welchen Anteil nehmen die Produkte / Dienstleistungen am Umsatz?

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. 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. Im September 2018 erhielt ich die Zertifizierung als Gemeinwohl-Berater, im Dezember 2018 als Gemeinwohl-Referent. Ziel ist es, zum einen Vorbild sein für andere Unternehmen und zum anderen mit der eigenen Zertifizierung 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 ist Gerd Hofielen, Humanistic Management Practices gGmbH, Matterhornstr. 47, 14129 Berlin, Mobil +49 178 2368814, www.hm-practices.org, ist meine Kontaktperson im Energiefeld Berlin.

Testat



**GEMEINWOHL
ÖKONOMIE** 
Ein Wirtschaftsmodell
mit Zukunft

**Bilanzierendes
Unternehmen
mit externem Audit**

Testat:	Externes Audit	Gemeinwohl- Bilanz	Thomas Uloth Unternehmensberatung
----------------	-----------------------	-------------------------------	--

**M5.0
Kompaktbilanz**

2018-2019

Auditor*in:
Nils Wittke

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

Testat gültig bis:
31.12.2023

**BILANZSUMME:
271**

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0.
TestatID: b5a2g
Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem 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?

Nur bei den zugekauften Dienstleistungen der Telefon- und Büro-Dienstleistung habe ich direkten Einblick auf die Einhaltung der Menschenwürde gegenüber der Mitarbeitenden, 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

- 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
Sekretariatsdienstleistung	Qualität, Verfügbarkeit
Coaching	Qualität, Förderung meiner persönlichen Entwicklung
Beratung	Qualität, Lösung meines Problems
Netzwerkplattformen	Professionalität, Erhöhung Sichtbarkeit, Vertrauenswürdigkeit, Rentabilität
Marketingunterstützung	Qualität, Rentabilität
Weiterbildungen	Qualität, Mehrung meines im Business anwendbaren Wissens, Rentabilität

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

Die Überprüfung sozialen Risiken in der Zulieferkette bei der Sekretariatsdienstleistung beschränkt sich auf den Büro- und Telefonservice. Ich selbst bin Mitgesellschafter dieses Dienstleistungsbetriebes und bin Mitentscheider bei der Einstellung und Führung der Mitarbeiter und kann insofern ein Risiko des Verstoßes gegen GWÖ-Werte ausschließen.

Des Weiteren schließt die Sekretariatsdienstleistung die entgeltliche Bereitstellung eines Arbeitsplatzes, des Telefons und Internets für mein Unternehmen ein. Hier sind jedoch die Lieferantketten zum Vermieter, Telefonanbieter und Internetprovider nicht überprüft.

- Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

Alle zugekauften Dienstleistungen haben kein Zertifikat.

Verpflichtende Indikatoren

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

Das gesamte Einkaufsvolumen (Betriebskosten) beträgt im Berichtszeitraum 46.345,00 €

Dienstleistung	Volumen	Quote
Sekretariatsdienstleistung	26.390,00	56,94 %
Coaching	6.890,00	14,87 %
Beratung	1.230,00	2,65 %
Netzwerkplattformen	4.715,00	10,17 %
Weiterbildung	7.120,00	15,36 %

- 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	durch Fa. smile! Sekretariat
Sekretariatsdienstleistung	Bis auf Rauchmelder in den Geschäftsräumen alle Kriterien eingehalten
Coaching	Nicht überprüft
Beratung	Nicht überprüft
Netzwerkplattformen	Kriterien zur Sicherheit in den Veranstaltungsräumen wegen gesetzlich vorgegebener Betriebs-Bestimmungen extern überprüft und eingehalten. Kriterien über beschäftigte Mitarbeiter nicht überprüft
Weiterbildung	Kriterien zur Sicherheit in den Veranstaltungsräumen wegen gesetzlich vorgegebener Betriebs-Bestimmungen extern überprüft und eingehalten. Kriterien über beschäftigte Mitarbeiter nicht überprüft

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Leider wurden meine Dienstleister in der Lieferkette noch nicht um Mitwirkung bei der Beurteilung der Kriterien zur fairen Leistungserbringung gebeten.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Ziel ist es, bis zur nächsten Rezertifizierung in 2022 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 bestätigen, dass die Menschenwürde nicht verletzt wird.

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Keine Verbesserung

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 direkten Einfluss auf die Gestaltung eines fairen und solidarischen 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 fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?

Bei meinem Dienstleister für Sekretariatsdienstleistungen Sorge ich für innovative 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. Jedoch beschäftigen sie sich nicht explizit mit Solidarität und Gerechtigkeit in ihrer Zulieferkette.

- 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. Nachstehende Produkte unterstützen meine Leistungserbringung

Produkt	Label
Pkw	Skoda
Notebook	ACER
Mobilfunktelefon	HONOR

Ob vorstehende Label Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt, ist nicht überprüft. Weitere Produkte zur Berichterstellung (Nutzung von Drucker, Kopierer, Papier- und Schreibwaren) sind im Dienstleistungspaket meines Sekretariatsdienstleisters enthalten.

- 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 nicht thematisiert noch auf dieser Basis ausgewählt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Bei allen Lieferanten wurden bislang ein fairer und solidarischer Umgang mit deren Anspruchsgruppen noch nicht thematisiert.

Des Weiteren wurden die Label meiner eingekauften Produkte auf Solidarität und Gerechtigkeit noch nicht überprüft.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bei allen Lieferanten will ich bis zur ersten Rezertifizierung einen fairen und solidarischen Umgang mit deren Anspruchsgruppen thematisieren.

Des Weiteren will ich die Label meiner eingekauften Produkte auf Solidarität und Gerechtigkeit überprüfen

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?

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Das Unternehmen kann bestätigen, dass nach allen vorliegenden Informationen aus den Medien in der Zulieferkette Solidarität und Gerechtigkeit gewahrt und eine Marktmacht nicht ausgenutzt wird.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Keine Verbesserung.

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 habe ich direkten Einfluss auf die ökologische Nachhaltigkeit der Zulieferkette, 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

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

Rohwaren werden in meinen Dienstleistungsunternehmen weder eingekauft noch verarbeitet.

Produkte und Dienstleistungen werden nach den Kriterien Qualität, Haltbarkeit und Preis ausgewählt.

- Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?

Ökologische Risiken werden in der Zulieferkette bislang nicht evaluiert.

- 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 alternativer Materialbeschaffenheit (recyclebar, wenig Kunststoff) und weniger Energieverbrauch während des Betriebs gibt, fällt die Wahl auf das Produkt, welches die Umwelt am geringsten belastet.

Bei der Auswahl von eingekauften Dienstleistungen ist die Art der Kommunikation und der Fahrweg zwischen meinem Büro und dem Standort des Dienstleisters entscheidend: Telefon und Videokonferenzen werden Präsenzveranstaltungen bevorzugt. Bei der Überwindung des Fahrweges wird die Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln dem Pkw bevorzugt. Sollte der Gesprächspartner 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 ökologischen Einkaufs?

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
Pkw	Derzeitige Nutzung Skoda Yeti (Kompaktklasse)	100%
Notebook	Kunststoffgehäuse. Das Gerät wurde neu beschafft und wurde vom Sekretariatsdienstleister zur Verfügung gestellt.	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, für die es keine Alternativen gab.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

In Lieferantengesprächen wurden die ökologischen Einkaufskriterien noch nicht in Erfahrung gebracht.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

In Lieferantengesprächen werden bis zur ersten Rezertifizierung in 2022 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? Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Mein Unternehmen kann bestätigen, dass keine Produkte und Dienstleistungen eingekauft werden, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Keine Verbesserung.

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 als 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 aus dem laufenden Gewinn möglich ist, fällt der Beschluss insbesondere im Bewusstsein der Schmälerung von Gewinnausschüttungen an Mitarbeitende und Gesellschafter
- **Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?**
Förderung des transparenten und partizipativen Umgangs von Unternehmensführung und Mitarbeitenden 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**

Dienstleistungsunternehmen mit Label	Anteil
Fa. smile! GbR	100%

Die restlichen 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:

Die Thematisierung des Umgangs mit Anspruchsgruppen zu mehr Transparenz und Partizipation mit allen weiteren Dienstleistern meines Unternehmens fand noch nicht statt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

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

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Keine Verbesserung.

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. 2019 erzielte ich erstmalig Honorare als GWÖ-Berater in geringem Umfang. Zur Existenzsicherung erziele ich weitere Einkünfte aus Gewerbebetrieb und Vermietung und Verpachtung. Der Liquiditätsengpass im Berichtszeitraum in der Unternehmensberatung wird durch Privateinlagen aus anderen Einkunftsarten gedeckt.

Berichtsfragen

- **Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden überlegt?**

Ein Gewinn von Eigenmitteln in der Unternehmensberatung soll durch genügenden Umsatz aus Beratungsaufträgen erzielt werden. Als geeignete Marketingmaßnahme wähle ich den Weg als GWÖ-Referent, um durch Vorträge zum Thema GWÖ von meiner Zielgruppe erkannt zu werden.

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 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?**

Seit meinem 18. Lebensjahr führe ich ein Geschäftskonto bei der Postbank (Damals noch Postgirobank). Erst seit 2018 wurde die Postbank mit der Deutschen Bank verschmolzen. Ein Grund dennoch das Konto bei der Postbank als Tochter der Deutschen Bank beizubehalten, war meine lange Kundentreue bei der Postbank. Die Loyalität belohnt die Postbank mit einem Überziehungsrahmen von 20.000 €. Diesen hätte ich bei einer neuen Kontoeröffnung bei einer Ethik-Bank nicht bekommen.

Verpflichtende Indikatoren

- **Anteil Eigenkapital in Prozent**

Mein Beratungsunternehmen wird mit 100% Eigenkapital geführt.

- **Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche**

Der durchschnittliche Eigenkapitalanteil in der Beratungsbranche beträgt 24,3 %

- Fremdfinanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart (Angaben in Tsd. EUR und in % vom Fremdkapital)

Im Berichtszeitraum 2018/19 wurde zu keinem Zeitpunkt ein Dispositionskredit genutzt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Für einen eventuellen Fall der Fremdfinanzierung werden Banken mit ethisch-nachhaltiger Ausrichtung recherchiert. Der Fall ist jedoch nicht eingetreten.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

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

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Keine Verbesserung.

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?

Zukunftsausgaben für Weiterbildungsmaßnahmen werden jährlich budgetiert. Das Budget wird aus laufenden Einnahmen gespeist. Im Berichtszeitraum 2018/19 bin ich Kunde des Bildungs-Institutes LifeTrust GmbH & Co. KG. Dort nutze ich Angebote zur Entwicklung meiner Unternehmerpersönlichkeit, zur Verbesserung meiner Kundenkommunikation und Außendarstellung. Ich beabsichtige, auch für den folgenden Berichtszeitraum die Bildungsangebote dieses Unternehmens zu nutzen.

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 ca. 2.000 € Monatlich.

Verpflichtende Indikatoren

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit	-54,0 Tsd. EUR
Gesamtbedarf Zukunftsausgaben	5,0 Tsd. EUR
Getätigte/r strategischer Aufwand/strategische Ausgaben	5,0 Tsd. EUR
Anlagenzugänge	0,0 Tsd. EUR
Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn)	0,0 Tsd. EUR
Auszuschüttende Kapitalerträge	0,0 Tsd. EUR,
in...% vom Stamm- oder Grundkapital	

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Zukunftsausgaben i. H. v. ca. 5 T€ wurden realisiert für Persönlichkeitsentwicklungsmaßnahmen durch 2 Kurse bei der LifeTrust GmbH & Co. KG.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Zur Erhöhung meiner Beratungskompetenz und zur Deckung der Beratungsnachfrage von GWÖ-zertifizierten Unternehmen zur Begleitung der eigenen Mitarbeitenden während deren Unternehmenstransformation zu werteorientiertem Wirtschaften plane ich Zukunftsausgaben für eine integrale Business Management Consulting-Ausbildung

B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln

Berichtsfrage

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

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Das Unternehmen kann bestätigen, dass die Verteilung von Geldmitteln fair erfolgte.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Erste Schritte wurden unternommen und eine Liste mit Zukunftsausgaben erstellt. Darüber hinaus wurden aus der Vorberichtsperiode erste Maßnahmen umgesetzt. Ausschüttungen aus den Erträgen der Wirtschaftstätigkeit fanden keine statt.

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Einstiegsfrage

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

Bei Finanzinvestitionen geht es im Wesentlichen um Fort- und Weiterbildungen als Berater. Ich ziehe bei der Auswahl anstehender Fort- und Weiterbildungen in Betracht, welche Beratungswirkungen ich mit dem erworbenen und intensivierten Wissen bei meinen Klienten bewirken will. Absicht ist es, einen Beratungsnutzen bei meinem Klienten hin zu mehr ökologischem und positivem sozialen Verhalten zu erzeugen: Nahezu hierarchiefreie Unternehmen führen Mitarbeiter auf Augenhöhe. Mitarbeiter erbringen Leistungen für die Kunden des Unternehmens mit der Haltung eines Mitunternehmers. Kunden co-kreieren mit dem Unternehmer und entwickeln dessen Produkte weiter auf ihre veränderten Anforderungen oder Bedarfe. Der Unternehmer innoviert seine Produkterzeugung ressourcenschonend und verschwundungsarm.

Berichtsfragen

- Welche Investitionen in eigene Anlagen haben ökologisches Verbesserungspotenzial?

Einzig anstehende Anlageninvestition ist die Anschaffung eines neuen Notebooks mit höherer Speicher- und Verarbeitungskapazität.

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. Es können keine Förderprogramme genutzt werden.

- Welche Investitionen wurden / werden konkret vorgenommenen?

Der Investitionszeitpunkt wird erst 2020 sein.

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

In Anbetracht des ausgewiesenen Verlustes sind keine Beteiligungen an ökologischen Projekten möglich.

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:

Rückstellungen für Investitionen 2018/19 konnten aufgrund des Verlustausweises keine getätigt werden.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Rückstellungen für Investitionen in 2020/22.

Umstellung der Suchmaschine von Google auf ECOSIA.

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?

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

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

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Keine Verbesserung

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?
Einziger 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 allein.
- 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:

Es wurden weder Verbesserungspotenziale im Vorbericht ausgewiesen noch im Berichtszeitraum umgesetzt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Keine Vorgesehen

B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme

Berichtsfrage

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

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

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

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Keine Verbesserung. Das erarbeitete Konzept der Mittelentscheidung besteht nach wie vor fort.

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 und wertschätzende Kommunikation mit meinem Gegenüber. 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 belassen.

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.

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

Für mich als Einzelunternehmer zählt, jeden Tag achtsam darauf zu sein, nicht selbst in die Überforderung zu gehen. Am Morgen wird dem Start in den Tag Raum gegeben mit Bildung und Meditation. Während des Tages gilt die Maxime, eher Treppe statt Fahrstuhl oder Rolltreppe bzw. Fahrrad oder zu Fuß statt Auto. Ich achte auf gesunde, fleischarme Ernährung für mich. Drei Mal im Jahr wird eine Fastenzeit eingehalten. Regelmäßige Vorsorgeuntersuchungen bei Haus- und Fachärzten finden statt.

- 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 28 Jahren geschäftstätig.
- Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro Mitarbeitenden 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.
01.01.2018 – 31.12.2018	NLP-Landsiedel: Ausbildung als integraler Coach	24	
01.01.2019 – 31.12.2019	LifeTrust GmbH & Co. KG: Enegetiker & Hüter-Ausbildung, 7 Module á 6 Tage, 3 Praxis-Wochenenden á 3 Tage	51	
01.01.2018 – 31.12.2019	LifeTrust GmbH & Co. KG: 6 OMEGA-Fastenkuren á 8 Tage	48	
	Summen	123	

- Gesundheits-/Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung), Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen
Im Berichtszeitraum waren keine Krankheitstage mit betrieblicher Abwesenheit.

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 sechs 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. Weiterhin 4 Untersuchungen beim Heilpraktiker zum Thema Mineralhaushalt im Körper und 24 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)**

Eine Demografische Verteilung ist nicht relevant, da Einzelunternehmen.

- **durchschnittliche Karenzdauer von Vätern-/Müttern in Monaten**

In 2018/19 gab es keine Karenzzeit für mich als Einzelunternehmer.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Konstante fortgesetzte Persönlichkeitsentwicklung und immer gesündere Lebens- und Ernährungsweise

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Fortsetzung der Persönlichkeitsentwicklung mit dem Ziel der integralen Lebensführung im Sinne des Spiral-Dynamics-Bewusstseinsmodells.

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.

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

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Keine Krankheitstage, fleischärmere Ernährung, Zertifizierung als integraler Coach. Inzwischen greifen umfassende Lösungen zur Verbesserung der Gesundheit am Arbeitsplatz und werden wie selbstverständlich gelebt.

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. Im Berichtszeitraum war dies mit den Verlusten nicht möglich. Das Unternehmen stellt dies für den nächsten Berichtszeitraum durch eine konsequente Fortsetzung des zuvor geschilderten neuen Geschäftsmodells sicher.

- 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?

In regelmäßigen Kommunikationen mit beauftragten Dienstleistern werden diese eingeladen, alternative Vorschläge zur Verbesserung von bestehenden und laufenden Prozessen in der Zusammenarbeit zu machen. Dabei zeigt sich, dass es einfacher ist, mit mehr Wahlmöglichkeiten bessere Entscheidungen zu treffen.

- 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 und lege einen konkreten Tagesplan fest. 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.

Verpflichtende Indikatoren

- **Höchst- und Mindestverdienst (innerbetriebliche Spreizung)**

• Jahr	Gewinn vor Steuern
2018	-33.937,21 €
2019	-20.259,82 €

In 2018/19 habe ich meinen Verlust aus selbständiger Tätigkeit durch gewerbliche Einkünfte, Einkünfte aus Vermietung & Verpachtung kompensiert und meinen Lebensunterhalt finanziert.

- **Medianverdienst**
Mit Verlusten nicht feststellbar.
- **Standortabhängiger "lebenswürdiger Verdienst" (für alle Betriebsstandorte)**
Der durchschnittliche Durchschnitts-Verdienst für den Standort Berlin betrug in 2018/19 3.543,75 € vor Steuern und Sozialversicherungen.
- **Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z. B. 38 Stunden)**
Die wöchentliche Arbeitszeit beträgt 40 Stunden.
- **Tatsächlich geleistete Überstunden**
Im Vergleich zum vorangegangenen Berichtszeitraum werden sogenannte Überstunden für Akquisition und Repräsentation meines Unternehmens zwar vor und nach der Kernarbeitszeit zwischen 9 und 17 Uhr in diversen Netzwerkveranstaltungen erbracht. Jedoch wird dabei die wöchentliche Arbeitszeit nicht mehr überschritten.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Konsequente Umsetzung des neuen Business-Konzeptes: erster Einsatz als Tandem in einer Peer-Group in 2019 in Berlin zusammen mit Urte Töpfer. Dies als Voraussetzung, künftig selbst Peer-Groups zur GWÖ-Evaluierung von Unternehmen leiten zu dürfen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Einladung von Unternehmen zur Bildung von jährlich mindestens einer Peer-Group zur GWÖ-Evaluierung in der kommenden Berichtsperiode.

C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfrage

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

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

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

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Mit der konsequenten Umsetzung des neuen Business-Konzeptes durch einen ersten Einsatz als Tandem in einer Peer-Group in 2019 in Berlin zusammen mit Urte Töpfer wurden Maßnahmen ergriffen, um Voraussetzungen zu schaffen, künftig selbst regional Peer-Groups zur GWÖ-Evaluierung von Unternehmen leiten zu dürfen und damit langfristig einen „lebenswürdigen Unterhalt“ zu erwirtschaften. „Überstunden“ fallen nicht mehr an, Leistungen außerhalb der Kernarbeitszeit werden mit flexiblen Arbeitszeiten gelöst.

C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

Einstiegsfrage

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

Das Unternehmen Thomas Uloth Unternehmensberatung hat als einzigen Leistungserbringer und Mitarbeitenden mich, Thomas Uloth, selbst. Durch Wissenszuwachs und Informationen aus unterschiedlichen Quellen zu ökologischen Themen fördere ich meine nachhaltigen Handlungsweisen: Coachings, Lehrgänge zur integralen Lebensführung und Persönlichkeitsentwicklung zur Bewusstseinsweiterung.

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 konsumierten Lebensmittel. Herausfordernd ist es, Gaststätten zu finden, die regionale Lebensmittel verarbeiten.

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

Ich komme überwiegend mit öffentlichen Verkehrsmitteln 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. Zur vegetarischen oder gar veganen Ernährungsweise habe ich mir aus Büchern erstes Wissen angeeignet und durch Umstellung meiner Essenszubereitung umgesetzt.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft

In nachstehender Tabelle werden alle Einkäufe in einem 3-Monatszeitraum in 2019 repräsentativ für den Haushalt des Unternehmers und deren betragsmäßiger Anteil aus ökologischer Herkunft aufgelistet.

Datum	Ort	Einkauf	davon bio
13.07.2019	Centro Italia	30,67	
16.07.2019	Istanbul	24,11	
20.07.2019	EDEKA	25,78	
24.07.2019	Penny	11,08	
26.07.2019	Penny	23,64	
29.07.2019	Lidl	9,83	
29.07.2019	EDEKA	7,12	
06.08.2019	EDEKA	38,92	
10.08.2019	EDEKA	3,99	3,99
10.08.2019	Istanbul	8,38	
10.08.2019	Kaufland	144,88	14,13
20.08.2019	EDEKA	17,32	

24.08.2019	Kaufland	70,61	
28.08.2019	EDEKA	13,89	
03.09.2019	HIT	13,93	3,69
04.09.2019	EDEKA	18,3	
11.09.2019	EDEKA	56,25	
12.09.2019	EDEKA	14,72	
23.09.2019	Kaufland	110,9	2,29
06.10.2019	Rossmann	12,99	
08.10.2019	Penny	10,72	
12.10.2019	Kaufland	87,73	9,27
	Summe	755,76	33,37

Anteil ökologischer Verpflegung am Gesamteinkauf: 22,65 % (Vorperiode 9,3 %)

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

Verkehrsmittel	Jahres-km	Quote
Flugzeug	6029	5,64%
Zug	78466	73,34%
PKW	19000	17,76%
Rad	1300	1,22%
zu Fuß	2190	2,05%
Gesamt	106985	100,00%

- 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:

Einschränkung der dienstlichen Flugreisen auf 5,65 % der Reisestrecken im Berichtszeitraum durch Wahl lokaler Beratungsaufträge.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Selbstgefertigte Speisen wie selbst gebackenes Brot und selbstgefertigte Brotaufstriche aus Gemüsepasten.

Weitere Reduzierung von Flugreisen auf max. eine pro Jahr und PKW-km auf 7.500 km/a.

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?

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

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

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Dienstliche Flugreisen wurden von 42 im vorher gehenden auf 7 in diesem Berichtszeitraum reduziert. PKW-Fahrten werden mehr und mehr durch Fahrten mit ÖPNV ersetzt.

Selbstgewählte Weiterbildungsprogramme zur fleischlosen Ernährung werden in die Praxis umgesetzt.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Einstiegsfrage

- **Wie leben wir Transparenz und Partizipation in unserem Unternehmen?**
Gelebte Transparenz in meinem Einzelunternehmen erstreckt sich auf beauftragte Dienstleistungsunternehmen für Buchhaltung, Steuern und Sekretariatsleistungen. Kunden haben keinen Einblick in das Rechnungswesen, jedoch steuern sie mit ihrem Feedback die Qualität der Beratungsleistung und Produktentwicklung.

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 mehrheits-demokratisch 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?**
Positiv haben sich Kostentransparenz gegenüber Kunden bewährt, um die Akzeptanz von „all-inclusive“ Honorare für Mandate mit Reisekostenaufwand zu begünstigen.

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:

Wie in den verpflichtenden Indikatoren beschrieben.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Keine neuen Ziele

C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Berichtsfrage

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

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Mein Unternehmen kann bestätigen, dass keine Verhinderung des Betriebsrates vorliegt.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Keine Verbesserung der Vorbildlichen Bewertung aus dem vorangehenden GWÖ-Bericht.

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 mit 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.

Das Prinzip des Wunschkunden-Business schreibt vor, dass der Unternehmer sich aktiv mit den Bedürfnissen seiner Kunden auseinandersetzt (was braucht der Kunde wirklich, wirklich?), richtet danach sein Leistungsangebot aus und lässt das sogenannte Sogmarketing wirken: von den Leistungen des Unternehmers begeisterte Kunden werben ohne äußere Beeinflussung weitere Kunden. Benachteiligte Kunden (meist finanziell benachteiligte Kunden) werden mit Sonderpreisen bedient. Hierfür hält der Unternehmer ein Zeitkontingent vor. Solch ein Wunschkunden-Business setze ich seit 2018 konsequent um.

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 international aufgestellten Unternehmer-Empfehlungs-Netzwerk (BNI), 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 im Naturaltausch an, ggf. auch über „Dreiecksgeschäfte“, wenn ich deren Naturalangebot nicht annehmen kann.

Verpflichtende Indikatoren

- Übersicht der Budgets im Marketing, Verkauf, Werbung: Ausgaben für Maßnahmen bzw. Kampagnen
Laut Jahresabschluss 2018 beträgt mein Budget für Marketing und Werbung 1.390,00 € (2017: 6.383 €) und 2019 3.322,00 €
- 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:

Verringerung des Marketingbudgets im Vergleich zum Berichtszeitraum davor. Einführung der Prinzipien des Wunschkunden-Business

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Umwandlung der Ethik-Leitlinie des Vertriebs in Ethik-Richtlinien.

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.

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Das Marketingbudget wurde mindestens halbiert. Ethik-Leitlinien wurden mit dem Wunschkunden-Business etabliert.

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 beratender Projektmanager kooperierte ich mit Agenturen, sogenannten Providern. Ziel der Kooperation ist deren Vermittlung von Aufträgen an mich als Projektmanager in großen Produktions-Unternehmen mit der Aufgabenstellung, komplexe Produktionsanlagen zu verändern und wieder betriebsbereit zu machen.

Diese sind konkret

- A+I Dipl.-Ing. Jürgen Höller und Partner GmbH, Königswinter
- ICS GmbH, Stuttgart
- Kick-Consulting GmbH, Berlin
- Targus Management Consulting AG, Ratingen
- Taskresult Unternehmensberatung, München
- Altran Deutschland S.A.S., München
- TIME4PM GmbH, Sauerlach
- Projekt-Experten, Bamberg
- AURUM GmbH, Düsseldorf
- PerConPro PartGes, Vaihingen

Als Unternehmensberater für kleine und mittlere Unternehmen generiere ich im Unternehmensnetzwerk BNI Empfehlungsgeschäft, um in der Zielgruppe KMU die Entwicklung des Unternehmers und dessen Unternehmen gut begleiten zu können.

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

Erste Kooperationen zu Mitunternehmern geschahen bei einem Startup in Meldorf (Frau Döhning, Beraterin) und in Bad Boll (Frau Müller, Mentorin).

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)

Eine GWÖ-Begleitung in Kooperation im Rahmen einer Peer-Evaluation 2019.

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

- Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional): 26,23 %
- Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere ZG ansprechen: 0 h
- Unternehmen der gleichen Branche in gleicher Region, mit anderer ZG: 0 h
- In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen? (Anzahl: x/3)
 - Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards GWÖ
 - Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (responsible Lobbying) BVMW.
 - Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards iXpro
- 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?
In meiner Unternehmergruppe des BNI wurden im Berichtszeitraum 172 Geschäfts-Empfehlungen ausgesprochen.
 - 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 keine Geldmittel an gleiche Branchen zur Unterstützung von Mitunternehmen weitergegeben.
 - der gleichen Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? (Summe, %-Anteil vom Umsatz/Gewinn)
Es wurden in 2018/19 Geldmittel in Höhe von 5.000 € an gleiche Branchen (UnternehmensSinn PartGes) zur Unterstützung von Mitunternehmen weitergegeben.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Unterstützung von Mitunternehmern durch Geschäfts-Empfehlungen.
Weitergabe von Geldmitteln an gleiche Branchen zur Unterstützung.
Engagement zur Erhöhung sozialer/ökologischer Standards.
Erste Kooperation mit branchenähnlichen Unternehmerinnen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Erhöhung der Unterstützungsleistungen im kommenden Berichtszeitraum.

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.

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Unterstützung von Mitunternehmern fremder Branchen durch Geschäfts-Empfehlungen.
Weitergabe von Geldmitteln an gleiche Branchen zur Unterstützung (UnternehmensSinn PartGes).

Engagement zur Erhöhung sozialer/ökologischer Standards.

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.

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 einen 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.
- Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert? Reduktion des Energieverbrauchs für Reisen zu Beratungsgesprächen kann durch Telekommunikation bewirkt werden. 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:

Erste Maßnahmen zur Reduktion des Energieverbrauchs für Reisen zu Beratungsgesprächen wurde durch Telekommunikation erreicht.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Quantitative Erfassung der Energieeinsparungen durch Nutzung von Telekommunikationstechnik an Stelle von Reisen zu Beratungsgesprächen und Umsetzung von Maßnahmen nachhaltiger Energieeinsparung.

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.

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Erste Maßnahmen zur Reduktion des Energieverbrauchs für Reisen zu Beratungsgesprächen wurde durch Telekommunikation erreicht.

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 einen Einblick in mein Rechnungswesen im Rahmen des letzten GWÖ-Berichtes. Mitsprachemöglichkeiten bestehen, wurden jedoch nicht wahrgenommen.

Berichtsfragen

- Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kund*innen eingeräumt und wie wird darüber kommuniziert?
Mitsprachemöglichkeiten bestehen im Format „kollegialer Beratung“. Dies ist bislang nicht kommuniziert.
- Werden Impulse von Kund*innen zur sozial-ökologischen Verbesserung der Produkte und Dienstleistungen aufgenommen?

Gerne gehe ich auf ihre besonderen Situationen ein und passe meine Beratungsschwerpunkte an deren Belange und Erfordernisse an. Insofern haben meine Klienten uneingeschränktes Mitentscheidungsrecht auf die Inhalte der von ihnen gebuchten Beratungsleistungen.

- 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. Auch wurde mein erster GWÖ-Bericht nebst GWÖ-Bilanz auf meiner Website www.erfolgreich-im-wettbewerb.de veröffentlicht.

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:

Veröffentlichung des letzten GWÖ-Berichts und -Bilanz.

Meine Beratungsschwerpunkte wurden an Kunden-Belangen und -Erfordernissen ausgerichtet. Insofern beeinflussen Kundenfeedback meine Beratungsdienstleistung.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Proaktive Diskurse zu meinen Beratungsprodukten mit meinen Kunden.

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.

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Veröffentlichung des letzten GWÖ-Berichts und -Bilanz.

Feedback der Kunden werden aufgenommen und häufig umgesetzt.

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 Co-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 und zukunftstauglicher 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 Mitarbeitenden schafft (Sicherheit, Wohlbefinden). Eine Führung mit Sinnstiftung an die Mitarbeitenden bewirkt durch sie die Erzeugung von Produkten und Leistungen für die Kunden des Unternehmens in einer Qualität, die Erwartungen der Kunden übertrifft (Verstehen/Einfühlen). Kunden fühlen sich überdurchschnittlich gut bedient, empfehlen das Unternehmen weiter 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 („die sollen nur machen was ich von ihnen will“) oder Kundenerlangung mit irreführenden Werbeaussagen („Kundenfang und Nepp“) 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 noch so viel Entgelt von ihnen nicht „erkaufen“ kann, nämlich Bereitschaft zum Mitdenken, Lust auf Kreativität, Freundlichkeit insbesondere zu Kunden, Problemlösungsorientierung, Intuition, Einsatzwillen und Verantwortungsbereitschaft. Dies schenkt der Mitarbeiter dem Unternehmer erst dann,

wenn die Rahmenbedingungen am Arbeitsplatz stimmen und er gerne bei ihm arbeitet. In solch einem Modus ist der Boden fruchtbar für persönliches Wachstum der Mitarbeitenden und die Ursachen zur Beeinträchtigung deren Psyche und Gesundheit 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 Unternehmens- und Erfahrungskultur, Gerechtigkeit in der Einkommensspreizung vermeidet Neid und Enttäuschung bei den Mitarbeitern, Solidarität mit den Kunden und Interessensvertretern führt zu co-kreativen Prozessen zugunsten neuer 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.

Das gesellschaftliche Problem der Arbeitsplatz- und Einkommenssicherheit, Verschwendung durch geplante Obsoleszenz, Einschränkung der Volksgesundheit durch Burnout oder Boreout und zunehmender Ressourcenknappheit und Umweltverschmutzung von nicht benötigten Waren und ungesunden Lebensmittel – um einige Beispiele zu nennen – werden hierdurch ein deutliches Stück weit reduziert.

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 100 %
 - der Erde/Biosphäre 20 %
 - löst gesellschaftlich/ökologische Probleme lt. UN-Entwicklungszielen 20 %
3. Nutzen der Produkte/Dienstleistungen:
 - Mehrfachnutzen/einfacher Nutzen 20 %
 - Hemmender/Pseudo-Nutzen 0 %
 - Negativnutzen 0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Erste Peer-Evaluation mit 5 Unternehmen als Tandem. Ich konnte mein Wissen und meine Erfahrungen einbringen und trug so einen Großteil meiner GWÖ-Beratungsdienstleistung zur Entwicklung des Unternehmers und dessen Unternehmen bei.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Jährlich mindestens eine Peer-Group zur Peer-Evaluation führen. Mit meinen Erfahrungen als GWÖ-Berater zur Entwicklung der Unternehmer beitragen. Darüber hinaus als GWÖ-Referent auch andere Menschen erreichen und deren werteorientierten Entwicklung induzieren.

E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfrage

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

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten

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

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Erste Peer-Evaluation mit 5 Unternehmen als Tandem. Ich konnte mein Wissen und meine Erfahrungen einbringen und trug so einen Großteil meiner GWÖ-Beratungsdienstleistung zur Entwicklung des Unternehmers und dessen Unternehmen bei.

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:

Meine Beziehungen zu Lieferanten gründen sich mehr und mehr auf Empfehlungen und Vertrauen, welches mir Zeitersparnis für Preisvergleiche und -verhandlungen bringt und meinen Lieferanten durch meine Geldzahlung für deren faire Preise ein auskömmliches Einkommen verschafft.

Meine Kunden erleben zuerst eine kostenfreie Probe meiner Dienstleistung, damit sie gut die Qualität einschätzen können. Das Preisangebot meiner Beratungsdienstleistung richtet sich nach dem gemeinsam bewerteten Nutzen, das ihnen meine Beratung schafft. Ich vermeide, meine Zeit zu verkaufen. Mein Kunde fühlt sich fair behandelt und nicht übervorteilt.

Ich selbst spende regelmäßig an gemeinnützige Vereine und bin ehrenamtlich in Vereinen tätig. Ich gehöre Berufsverbänden (BVMW) und Business-Netzwerken (BNI) an und bringe mich zum Wohl deren Mitglieder ein.

Meine Beiträge zur Schonung der Ressourcen und Vermeidung von Verschwendung sind gesunde Ernährung aus heimischem Anbau, weitgehende Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel für Fahrten zu Kunden und 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?

Honorarfreie Impulsvorträge zur GWÖ vor interessiertem Publikum des Meetup Berlin, NABU Steinfurt, BNI-Interessensgruppe für Nachhaltigkeit, Deutschen Alpenverein, Freelancer International e. V. und der politischen Partei Volt.

- Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens?

Mit der Information zur GWÖ wird das Bewusstsein der Zuhörer erweitert, das Interesse zur Veränderung geweckt und im Bestfall das verantwortliche Handeln zum Schutz der Mitwelt 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) in 2018 Null und 2019 9.015,09 €
- 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.

Einkunftsart	2018	2019	gesamt
Gewinn vor Steuern gewerblich	24.400	55.167	79.567
Gewinn vor Steuern selbstständig	-37.059	-13.526	-50.585
Fremdkapitalzinsen	0	0	0
Einnahmen aus Vermietung & Verpachtung	23.736	22.190	45.926
Summe			74.908
Steuern und SV-Abgaben 2018/19			32.440
Abgabenquote			43,31%

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

Geldwerte freiwillige Leistungen	2.018	2.019	gesamt
NABU Steinfurt	1.000	3.000	4.000
Gründung GWÖ RG Schleswig-Holstein Nord	3.000		3.000
UNZD e. V.	2.000		2.000
DAV Jugend e. V.		1.000	1.000
AWO Magdeburg		1.000	1.000
Summe			11.000

Die Summe der geldwerten Leistungen (11 Tagessätze á 1.000 €) entsprechen 14,7 % der Einnahmen vor Steuern.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

In fünf konkreten Maßnahmen habe ich Sozialeinrichtungen die GWÖ vorgestellt, damit diese intern entscheiden können, für ihre Körperschaft eine GWÖ-Bilanz zu errichten. Ein betrieblicher Nutzen für mich ist auszuschließen, da ich nicht als GWÖ-Berater vor Ort eingebunden sein werde.

Freiwillige Leistungen im Umfang von 14,7 % der Einkünfte vor Steuern wurden mit dem Ziel erbracht, wertorientiertes Handeln und Wirtschaften auch bei Mitgliedern von NGOs zu bewirken.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Ich strebe an, 10% der Umsätze an gemeinnützige Einrichtungen zu spenden.

Auch strebe ich ab, mindestens 10% der Umsätze als geldwerte Leistungen für NGOs zu erbringen, um die GWÖ bei ihnen bekannter zu machen.

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.

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

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 korruptionsfördernden Praktiken oder Lobby-Aktivitäten betreibt.

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Konkrete Maßnahmen zur Vorstellung der GWÖ bei nicht-regionalen Unternehmen. Erbringung von geldwerten Leistungen für NGOs, um die GWÖ bekannter zu machen.

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 genauso gut bereitgestellt werden können, z. B. den Weg von zu Hause zum Büro oder Kunden mit öffentlichen Verkehrsmitteln 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?**
Die umweltrelevanten Daten zur Leistungserzeugung wurden für die Berichtsperiode 2016/17 im Rahmen des GWÖ-Berichtes auf der Website des Unternehmens veröffentlicht.

Verpflichtende Indikatoren

Entsprechend dem Tätigkeitsfeld des Unternehmens sind relevante Umweltkonten zu berichten:

- **Ausstoß klimawirksamer Gase in kg**

Verkehrsmittel	Jahres-km	kg CO ₂ /km	kg CO ₂
Flugzeug	6029	0,115	692,2
Zug	78466	0,035	2792
PKW (Diesel)	19000	0,215	4096
Rad	1300	0,000	0
zu Fuß	2190	0,000	0
Gesamt	106985	0,365	7580,2

- **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 1.325,57 Liter Diesel bzw. 3.559 kg CO₂ Äquivalente 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 2018/19 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 Mitarbeitenden oder bezogen auf den Umsatz). Die Bezüge können dann zur Überprüfung der Erreichung des Ziels „Reduzierung“ genutzt werden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Der Ausstoß an klimawirksamen Gasen wurde für alle genutzten Verkehrsmittel erfasst. Es werden deutlich weniger Flüge und PKW-Fahrten unternommen. Über 75 % aller Reisen werden mit öffentlichen Verkehrsmitteln, mit Rad oder zu Fuß zurückgelegt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Der Dieserverbrauch soll um ein Sechstel im kommenden Berichtszeitraum gesenkt 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?

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

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

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Inzwischen werden alle Umweltkonten erfasst und langfristige Strategien und Maßnahmen zur Reduktion umweltschädlicher Emissionen durchgeführt.

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, UNZD, Mentorum, 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 2021 auf meiner Webseite.
- 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:

Eine Veröffentlichung meines Gemeinwohlberichts erfolgte erstmals nach einer Auditierung in 2018 auf meiner Webseite www.erfolgreich-im-wettbewerb.de .
Der AG Beratung genehmigte meine GWÖ-Visitenkarte als GWÖ-Berater.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bei künftigen Projekten proaktiv mit relevanten Interessensvertretern in Dialog treten und Informationsaustausch betreiben. Ergebnisse hieraus sollen leicht zugänglich gemacht werden.

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 Phänomene verbreite.

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Eine Veröffentlichung meines Gemeinwohlberichts erfolgt unverzüglich nach einer Auditierung in 2021 auf meiner Webseite und ist so als einfache gesellschaftliche Berichterstattung über mein Geschäftsgebaren online gestellt, aus welchem meine Grundhaltung zum Umfeld und Mitwelt erkennbar ist.

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 Transformationsgrades 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 in Eigenregie im Anschluss der von mir begleiteten Peer-Group Berlin 2021-2 erstellt. Anregungen aus dieser Peer-Group-Begleitung sind in meinem Bericht eingearbeitet. Insgesamt wurden ca. 48 h für diesen Bericht aufgewandt.

Datum: 18.09.2021