



Gemeinwohl-Bilanz

2020-2021





Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname: Simon Brechel Nachhaltigkeitsmanagement

Rechtsform: Einzelunternehmen

Eigentums- und Rechtsform: Einzelunternehmen

Website: www.nachhaltigwerden.de

Branche: Unternehmensberatung

Firmensitz: Taunusstraße 1, 64289 Darmstadt

Gesamtanzahl der Mitarbeitenden: 1

Vollzeitäquivalente: 0,7

Saison- oder Zeitarbeitende: 0

Umsatz (netto) 2020: 1.879,50 EUR

Jahresüberschuss 2020: -6.393,48 EUR

Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen: Keine

Berichtszeitraum: 01.05.2020 – 01.05.2021



Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|----|
| Einleitung | 1 |
| Dienstleistungen | 1 |
| Das Unternehmen und Gemeinwohl | 4 |
| Testat | 5 |
| A1 Menschenwürde in der Zulieferkette | 6 |
| A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette | 9 |
| A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette | 11 |
| A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette | 14 |
| B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln | 15 |
| B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln | 16 |
| B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung | 17 |
| B4 Eigentum und Mitentscheidung | 19 |
| C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz | 20 |
| C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge | 22 |
| C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden | 24 |
| C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz | 26 |
| D1 Ethische Kundenbeziehung | 26 |
| D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen | 31 |
| D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen | 32 |
| D4 Kundinnen und Kunden-Mitwirkung und Produkttransparenz | 34 |
| E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen | 36 |
| E2 Beitrag zum Gemeinwesen | 38 |
| E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen | 40 |
| E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung | 41 |



| | |
|---|----|
| Ausblick | 43 |
| Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz | 44 |
| Anhang: Liste von längeren Berichtsfragen & Indikatoren | 45 |



Einleitung¹

Globale Megatrends wie der Klimawandel, Rohstoffverknappung oder problematische Lieferketten bewegen viele Unternehmen zum Umdenken. Sie möchten Ihre Corporate Social Responsibility (CSR) neu ausrichten. Während große Konzerne oft eigene Nachhaltigkeitsabteilungen unterhalten, verfügen kleine und mittlere Unternehmen nicht über vergleichbare Ressourcen.

Als selbstständiger Nachhaltigkeitsmanager unterstütze ich deshalb mittelständische Unternehmen bei deren nachhaltiger Entwicklung. Meine Beratungsfelder umfassen:

- Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement
- Die Gestaltung nachhaltiger Lieferketten
- Gemeinwohl-Ökonomie und Gemeinwohl-Bilanz
- Die Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten

Dienstleistungen

Meine Beratungsdienstleistungen sind ganzheitlich ausgelegt und umfassen Bestandsaufnahme, Konzeption, Planung, Umsetzung und Berichterstattung.

Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement

Ein betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement unterstützt Unternehmen, steigende CSR-Anforderungen aus Politik, von Kunden und Kapitalgebern souverän abzudecken. Langfristig ermöglicht es, die Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft entlang aller Geschäftsaktivitäten zu steuern und eine nachhaltige Entwicklung sicherzustellen.

¹ Berichtsfrage: Kurzpräsentation des Unternehmens



Ich unterstütze meine Kunden bei dem Aufbau eines ganzheitlichen und systematischen Nachhaltigkeitsmanagements. Das Beratungsangebot basiert auf folgenden Standards:

- ISO 26000 – Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung von Organisationen
- ILO Kernarbeitsnormen
- ISO 14001 für Umweltmanagement
- ISO 9001 für Qualitätsmanagement
- Global Reporting Initiative (GRI)

Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten

Zunehmend treffen einkaufende Konzerne und Kapitalgeber ihre Auswahl anhand von Nachhaltigkeitskriterien. Jedoch wirtschaften viele Unternehmen verantwortungsbewusst, ohne ihr ökologisches und soziales Engagement sichtbar nach außen zu tragen.

Als selbstständiger Nachhaltigkeitsmanager unterstütze ich meine Kunden bei der Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts. Das Beratungsangebot basiert auf folgenden Standards:

- Global Reporting Initiative (GRI)
- CSR-RUG

Gestaltung nachhaltiger Lieferketten

Seit der Veröffentlichung des Nationalen Aktionsplans Wirtschaft und Menschenrechte (NAP) erwartet die Bundesregierung, dass deutsche Unternehmen die Arbeitsbedingungen und Umweltstandards ihrer Supply-Chains kennen und steuern. Für 2023 ist ein Lieferkettengesetz geplant. Zunehmend verlangen auch einkaufende Konzerne, Investoren und die Öffentlichkeit die Gestaltung nachhaltiger Lieferketten.

Als studierter Wirtschaftsingenieur mit dem Schwerpunkt Supply Chain Management unterstütze ich meine Kunden bei dem Aufbau nachhaltiger Lieferketten. Das Beratungsangebot basiert auf folgenden Standards:



- UN Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte
- Nationaler Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte (NAP)
- OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen

Erstellung von Gemeinwohl-Berichten

Die Gemeinwohl-Ökonomie bezeichnet ein Wirtschaftssystem, das auf gemeinwohl-fördernden Werten aufgebaut ist. Es tritt dafür ein, erfolgreiches Wirtschaften nicht nur an der Höhe des Gewinns zu bemessen. Die Gemeinwohl-Bilanz macht die Auswirkungen von unternehmerischen Aktivitäten auf das Gemeinwohl sichtbar.

Als ausgebildeter Gemeinwohl-Berater unterstütze ich Unternehmen bei der Erstellung einer Gemeinwohl-Bilanz. Dabei vermittele ich das notwendige Wissen unter den Mitarbeitenden und Führungskräften, begleite den Erstellungsprozess und stelle eine erfolgreiche Veröffentlichung sicher. Das Beratungsangebot basiert auf folgendem Standard:

- Gemeinwohl-Ökonomie-Modell



Das Unternehmen und Gemeinwohl

Ich bin der Meinung, dass Werte wie Solidarität, Vertrauen, Ehrlichkeit, Transparenz und ökologische Nachhaltigkeit unser Wirtschaftssystem stärken, risikoärmer machen und für alle Akteure bereichern. Mit dem Wertegerüst der GWÖ, samt der Art, wie dieses umgesetzt werden soll, kann ich mich sehr gut identifizieren. Für mich stellen die GWÖ-Werte die „Maxime des eigenen Handelns“ dar, an welchen ich mein Verhalten als Privatmensch und Unternehmer ausrichte. Seit 2014 setze ich mich für die Weiterentwicklung unseres Wirtschaftssystems ein. Im November 2019 bin ich zur GWÖ-Regionalgruppe Darmstadt dazu gestoßen. Unser Ziel ist es, die GWÖ in der Region Darmstadt bekannt zu machen, sowie Unternehmen davon zu überzeugen, sich der GWÖ als Bilanzierendes oder Mitgliedsunternehmen anzuschließen. Im Februar 2020 haben wir beispielsweise einen Stand auf der „digital-futurecongress“, einer Digitalisierungs-Messe in Frankfurt, betreut. Im Mai 2020 waren wir auf dem IHK-Nachhaltigkeitstag präsent (aufgrund von Corona war dies eine Online-Veranstaltung) und im August 2020 waren wir mit einem Stand auf dem Bergsträsser Nachhaltigkeitsmarkt in Bensheim vertreten.

Verantwortlich für diesen Gemeinwohlbericht bin ich, Simon Brechel². Für Fragen und Anmerkungen bin ich zu erreichen unter:

Tel: +49 172 9584316

Email: brechel@nachhaltigwerden.de

² Berichtsfrage: (1) Welchen Bezug hat Ihr Unternehmen zur Gemeinwohl-Ökonomie? (2) Welche Aktivitäten bzw. welches GWÖ-Engagement gab es im letzten Jahr vor der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz? (3) Wer ist die Kontaktperson im Unternehmen für die GWÖ (inkl. Kontaktdaten)?



Testat



GEMEINWOHL
ÖKONOMIE Ein Wirtschaftsmodell
mit Zukunft

Bilanzierendes
Unternehmen
mit externem Audit

| | | | |
|---------|-------------------------------|-------------------|--|
| Testat: | Externes Audit | Gemeinwohl-Bilanz | Simon Brechel Nachhaltigkeitsmanagement |
| | M5.0 Kompaktbilanz | 2020 – 2021 | Auditor*In: Gitta Walchner |

| Wert | MENSCHENWÜRDE | SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT | ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT | TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG |
|---|--|--|--|--|
| A: LIEFERANT*INNEN | A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 20 % | A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 20 % | A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 30 % | A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 20 % |
| B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN | B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 60 % | B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 30 % | B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 20 % | B4 Eigentum und Mitentscheidung: ./. |
| C: MITARBEITENDE | C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 20 % | C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 20 % | C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 60 % | C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: ./. |
| D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN | D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 30 % | D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 20 % | D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 20 % | D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 20 % |
| E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD | E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 40 % | E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 10 % | E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 30 % | E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 10 % |

Testat gültig bis:
31.10.2023

BILANZSUMME:
258

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0.
TestatID: **h3sl2**

Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf www.ecogood.org



A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Eingekaufte Produkte und Dienstleistungen | Soziale Risiken | Zertifikate

Folgende Produkte und Dienstleistungen wurden im Bilanzierungszeitraum zugekauft:³

IT: iPad, diverse Elektronik (8,6 % des Einkaufsvolumens, 837 EUR)

Fachliteratur & Arbeitsmaterialien: Diverse Fachbücher, Arbeitssoftware; Webspacer, Domain, Homepagebaukasten, Telefon, Sonstiges (7,4 % des Einkaufsvolumens, 718 EUR)

Fortbildung: GRI Nachhaltigkeitsberichterstattung, GWÖ-Lernweg, Fortbildung zum Betriebsbeauftragten Abfall, Fortbildung zum Nachhaltigkeitsbeauftragten, div. Coachings (47,6 % des Einkaufsvolumens, 4617 EUR)

Marketing & Öffentlichkeitsarbeit: Erstellung eines Corporate Designs, Visitenkarten, Arbeitsdokumente, Direktwerbung, sonst. Werbeausgaben (29,5% des Einkaufsvolumens, 2868 EUR)

Mobilität: Fahrten mit dem Zug, öffentlichen Verkehrsmitteln und dem eigenen PKW (3 % des Einkaufsvolumens, 293 EUR)

Energie: Strom für Heizung und Licht im Homeoffice (1,9 % des Einkaufsvolumens, 180 EUR)

Konsum: Lebensmittel, Arbeitskleidung (2 % des Einkaufsvolumens, 195 EUR)

Die Kriterien der der Auswahl von Lieferantinnen und Lieferanten gestaltete sich wie folgt:³

IT: Meines Wissens gibt es nur einen globalen Elektronikhersteller, für welchen den Schutz der Menschenwürde ein integraler Bestandteil des Geschäftsmodells ist. Das ist Fairphone. Dessen Produkte sind jedoch nicht sehr langlebig und zuverlässig. Alle anderen Hersteller wie Apple, Samsung,

³ Berichtsfrage: Welche Produkte/Dienstleistungen werden zugekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferant*innen ausgewählt?



Microsoft etc. produzieren bei dubiosen Lohnfertigern wie beispielsweise Foxconn.

Da ich keine Möglichkeit sehe, IT-Produkte einzukaufen, die zu 100% unter menschenwürdigen Bedingungen hergestellt wurden, achte ich bei der Beschaffung von IT-Produkten auf Qualität und Langlebigkeit. Viele IT-Produkte kaufe ich außerdem gebraucht. Damit ist mein IT-Zubehör nicht besser als das anderer Verbraucher, aber mein Umsatz an neuen IT-Produkten und den damit verursachten negativen Auswirkungen für Menschen und Umwelt ist kleiner.

Fortbildung: Ich achte hier lediglich auf die Qualität des Anbieters, auf räumliche Nähe und den Preis.

Marketing & Öffentlichkeitsarbeit: Beim Einkauf von Marketingdienstleistungen und -produkte spielen vor allem Umweltaspekte eine Rolle. Die Grafikagentur, mit der ich zusammenarbeite, kenne ich seit Jahren sehr gut und sehe die Achtung der Menschenwürde hier nicht gefährdet.

Mobilität: Hier spielen vor allem Umweltaspekte eine Rolle. Ich wähle bevorzugt öffentliche Verkehrsmittel für längere und das E-Bike für kürzere Fahrten. Im April 2021 habe ich meinen eigenen PKW abgeschafft.

Energie: Hier spielen vor allem Umweltaspekte eine Rolle. Ich nutze ausschließlich Ökostrom.

Konsum: Bei der Wahl von Lebensmittel werden oft Produkte bevorzugt, die ein Sozialsiegel besitzen. Beispielsweise Gepa fair oder Fairtrade.

Hinsichtlich von sozialen Risiken in der Zulieferkette sehe ich ein wesentliches Risiko in meiner IT-Ausstattung. Leider gibt es heutzutage praktisch keine IT-Produkte, die unter sozial-einwandfreien Bedingungen hergestellt werden (auch nicht das Fairphone). Ich setze auf Apple-Produkte. Diese sind in ihrer Nachhaltigkeitsbilanz nur geringfügig schlechter als das Fairphone⁴, überzeugen mich jedoch mehr in Bezug auf Qualität und Langlebigkeit⁵.

Die eingekauften Produkte und Dienstleistungen in den Bereichen IT, Fortbildung, Mobilität, Marketing und Energie besitzen keine Zertifikate oder

⁴ <https://rankabrand.de/elektronik/> abgerufen am 17.02.2020 um 08:56

⁵ Berichtsfrage: Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette überprüft bzw. evaluiert?



Siegel, welche faire Arbeitsbedingungen bescheinigen. Im Bereich Konsum richte ich mich nach den gängigen sozialen Siegeln (Bsp. Gepa fair, Fairtrade)⁶.

Verpflichtende Indikatoren

Der Großteil meines Einkaufsvolumens (91-92%) ergab sich aus hochwertigen Fortbildungen und Marketingdienstleistungen, welche in Deutschland erbracht wurden. Hier gehe ich per se von fairen Arbeitsbedingungen aus. Jedoch habe ich nur begrenzten Einblick in Geschäftsaktivitäten und Lieferketten der jeweiligen Unternehmen. Der Anteil der Firmen, welche mit Sicherheit Menschenwürde in der Zulieferkette (A1), Solidarität und Gerechtigkeit (A2), als auch Transparenz und Mitentscheidung (A3) in ihren Geschäftsaktivitäten berücksichtigen, beläuft sich auf ca. 36%. Dies sind Unternehmen, für welche betriebliche Nachhaltigkeit eine große Rolle spielt, die teilweise auch selber Beratungsdienstleistungen in dem Bereich anbieten und deshalb eine Vorbildfunktion einnehmen. Zwei der Lieferanten haben entsprechende Informationen in einem Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht. Einen anderen Lieferanten kenne ich persönlich sehr gut und kann mich für ihn aussprechen.

Neue Arbeitskleidung kaufe ich nur noch von fairen Bekleidungsherstellern.

Meine eingekauften IT-Produkte wurden nicht unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt. Der Anteil am gesamten Einkaufsvolumen ist hier aber relativ gering.

Da ich keine Rohstoffe einkaufe, beläuft sich der zugekaufte Anteil an Produkten und Dienstleistungen an meinem gesamten Einkaufsvolumen auf 100%⁷.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Die Neuanschaffung von IT-Produkten wurde auf ein Minimum beschränkt.
- Speziell im Bereich der konsumierten Lebensmittel wurde, wo möglich, auf Produkte zurückgegriffen, welche ein Sozialsiegel tragen.
- Arbeitsbekleidung wurde zum Großteil von fairen Bekleidungsherstellern bezogen.

⁶ Berichtsfrage: Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

⁷ Berichtsfrage: Anteil der zugekauften Produkte/Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen in Tabellenform



- Bei Neuanschaffungen wurde gezielt nach fairen Alternativen recherchiert.
- Lieferanten, die mit Menschenrechtsverletzungen in Verbindung stehen, wurden nach Möglichkeit gemieden.

Ziele für 2021 & 2022

Im Einkauf von Produkten und Dienstleistungen soll das Thema Achtung der Menschenrechte und soziale Mindeststandards in ihrer Lieferkette systematischer betrachtet und beachtet werden.

Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette⁸

Ich kann bestätigen, dass meine wesentlichen Lieferantinnen und Lieferanten die Menschenwürde in ihrer Zulieferkette achten⁹.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Fairer Umgang im Geschäftsverkehr | Überprüfung und Sanktionen

Im täglichen Geschäftsverkehr sind mir die Gemeinwohlthemen A1 (Menschenwürde), A2 (Solidarität und Gerechtigkeit), A4 (Transparenz und Mitentscheidung) gleich wichtig. Bei der Lieferantenauswahl und der Anschaffung von Produkten wende ich hier die gleiche Beschaffungsstrategie an. Da ich nicht die Marktmacht besitze, Lieferketten zu beeinflussen, bemühe ich mich, die richtige Produktwahl zu treffen. Dort, wo es im jeweiligen Angebot Produkte mit einem entsprechenden Siegel gibt (Bsp. Gepa fair, Fairtrade), wird dieses Produkt gekauft¹⁰.

Erfahre ich von menschenrechtlichen Missständen in Lieferketten, beispielsweise aus der Presse, meide ich Produkte dieses Unternehmens. Bei

⁸ Berichtsfrage: A1 Negativaspekte: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

⁹ Berichtsfrage: Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Menschenwürde in der Zulieferkette bei den wesentlichen Lieferant*innen nicht verletzt wird?

¹⁰ Berichtsfrage: Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?



größeren Anschaffungen recherchiere ich gezielt nach fairen Produktalternativen. Dort, wo es keine fairen Produktalternativen gibt, beschränke ich den Produktumsatz auf ein Minimum¹¹.

Verpflichtende Indikatoren

Der Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt, ist relativ gering. Lediglich konsumierte Lebensmittel und meine neue Arbeitskleidung besitzen ein entsprechendes Siegel. Der Prozentsatz am gesamten Beschaffungsvolumen beläuft sich auf ca. 2 %.

Der Anteil der Lieferantinnen und Lieferanten, welche mit Sicherheit einen fairen und solidarischen Umgang mit Anspruchsgruppen pflegen, beläuft sich auf ca. 36%¹². Nähere Angaben dazu in A1.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Angaben analog zu A1.

Ziele für 2021 & 2022

Im Einkauf von Produkten und Dienstleistungen soll das Thema Achtung der Menschenrechte und soziale Mindeststandards in den Lieferketten systematischer betrachtet und beachtet werden (Analog A1).

Ausnutzung der Marktmacht¹³:

Durch mein geringes Einkaufsvolumen besitze ich keinerlei Marktmacht. Ein Missbrauchsrisiko ist ausgeschlossen. Ich kann bestätigen, dass Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette nicht verletzt sowie die Marktmacht bei den wesentlichen Lieferantinnen und Lieferanten nicht ausgenutzt wurde.¹⁴

¹¹ Berichtsfrage: Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

¹² Berichtsfragen: (1) Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt. (2) Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden

¹³ Berichtsfrage: A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

¹⁴ 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?



A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

Kriterien der Produktauswahl | ökologische Risiken in der Zulieferkette

Die eingekauften Produkte und Dienstleistungen werden nach folgenden Kriterien ausgewählt¹⁵:

Suffizienz: Benötige ich das Produkt oder die Dienstleistung wirklich?

Effizienz: Erfüllt das bevorzugte das Produkt oder die Dienstleistung die Anforderungen bestmöglich?

Nachhaltigkeitsbezug: Ist das Produkt oder die Dienstleistung bzgl. Verwendung oder Herstellung umweltschädlicher als andere Optionen in der Auswahl? Agiert der Hersteller sozial und ökologisch nachhaltig? Gibt es regionale Alternativen? Ist das Produkt recycelbar?

Kosten: Ist das Kosten-Nutzen Verhältnis angemessen?

Wenn es die Produktauswahl zulässt, wird ein Lieferant gewählt, welcher unter den umwelt- & sozialverträglichsten Bedingungen herstellt. Die Informationsbeschaffung erfolgt über einschlägige Internetseiten.

Die Evaluation der ökologischen Risiken erfolgt gemäß untenstehender Tabelle. Ziel jeder Anschaffung gilt es, die ökologischen Risiken so gering wie möglich zu halten. Dazu zählt, den Ausstoß von Treibhausgasen zu minimieren sowie Produkte zu bevorzugen, die nachwachsende Rohstoffe verwenden und regional hergestellt worden sind¹⁶.

¹⁵ Berichtsfrage: Nach welchen Kriterien werden Rohware, Produkte und Dienstleistungen ausgewählt?

¹⁶ Berichtsfrage: Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?



| Einkaufsbereiche | Ökologische Risiken |
|------------------------------------|--|
| IT | Treibhausgasausstoß und Verbrauch nicht nachwachsender Rohstoffe und seltener Erden bei der Herstellung. |
| Fachliteratur & Arbeitsmaterialien | Es werden keine ökologischen Risiken evaluiert. |
| Fortbildung | Treibhausgasausstoß bei der Anfahrt. |
| Mobilität | Treibhausgasausstoß im Betrieb. |
| Marketing & Öffentlichkeitsarbeit | Verbrauch Papier und Druckfarben (betrifft vor allem Printwerbung). |

Folgende ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferantinnen und Lieferanten berücksichtigt¹⁷:

IT: Beim Kauf meiner IT-Geräte achte ich auf Qualität und Langlebigkeit. Mobile Geräte verwende ich mindestens fünf Jahre. Größere Geräte wie Laptops mindestens zehn Jahre. Sollten Produkte kaputt gehen, werden diese repariert statt ersetzt. Mit dieser Strategie versuche ich, den Umsatz meiner Elektronikprodukte zu minimieren.

Fachliteratur & Arbeitsmaterialien: Aktuell werden hier keine ökologischen Risiken evaluiert.

Fortbildung: Aktuell werden hier keine ökologischen Risiken evaluiert. Jedoch werden bei der Anfahrt umweltfreundliche Verkehrsmittel bevorzugt.

Marketing & Öffentlichkeitsarbeit: Für meine Arbeits- und Werbematerialien verwende ich recyceltes Papier und ökologische Druckfarben. Bei der Layoutgestaltung meiner Werbematerialien und Arbeitsdokumente achte ich darauf, dass kein übermäßiger Verbrauch an Druckfarben notwendig ist. Der Druck von Visitenkarten und Werbematerial erfolgt bei einer nachhaltigen Online-Druckerei.

Mobilität: Die Anfahrt zu Kunden erfolgt bevorzugt mit dem Zug oder dem Fahrrad. Dort wo dies nicht oder nur mit hohem zeitlichem Aufwand möglich ist, erfolgt die Anfahrt mit einem gemieteten PKW.

¹⁷ Berichtsfrage: Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen berücksichtigt?



Energie: Den Strom für mein Büro beziehe ich ausschließlich aus regenerativen Energien.

Konsum: Beim Einkauf von Lebensmittel achte ich auf regionale Herkunft, ökologische Siegel und minimale Verpackung. Der Großteil meiner Arbeitskleidung besteht aus Bio-Baumwolle.

Unterschiede zu meinen Mitbewerberinnen und Mitbewerbern hinsichtlich des ökologischen Einkaufs sind mir nicht bekannt¹⁸.

Verpflichtende Indikatoren

Ökologisch höherwertige Alternativen kommen in folgenden Bereichen zum Einsatz:¹⁹.

Mobilität: ca. 75% meiner dienstlich gefahrenen Kilometer habe ich mit dem Zug oder Fahrrad zurückgelegt. Ein eigenes Auto besitze ich nicht mehr.

Energie: 100% der bezogenen Energie für Strom und Heizung stammt aus regenerativen Quellen.

Konsum: 70% meiner eingekauften Lebensmittel besitzen ein Bio-Siegel oder Vergleichbares. 100% meiner neuen Arbeitskleidung besteht Bio-Baumwolle.

Marketing: 100% meiner Printwerbung sowie Arbeitsmaterialien (Visitenkarten, Briefbögen) werden unter ökologischen Aspekten hergestellt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Um den ökologischen Fußabdruck der konsumierten IT-Produkte zu minimieren, wurden langlebige und qualitativ hochwertige Geräte angeschafft.
- Die Anfahrt zu betrieblichen Fortbildungen und Kundenterminen wurde bevorzugt mit der Bahn getätigt.
- Arbeits- und Werbematerialien wurden unter Einbezug von Umweltaspekten realisiert.

¹⁸ Berichtsfrage: Welche Unterschiede gibt es zu den Mitbewerbern hinsichtlich ökologischem Einkauf?

¹⁹ Berichtsfrage: Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind.



- Strom und Heizung für mein Büro wurde aus regenerativen Energiequellen bezogen.
- Ein Großteil der Arbeitskleidung wurde aus Bio-Baumwolle gefertigt.

Ziele für 2021 & 2022

Kundenbesuche sollen überwiegend mit dem ÖPNV (z.B. der Deutschen Bahn) durchgeführt werden.

Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen²⁰

Ich kann bestätigen, dass keine Produkte oder Dienstleistungen zugekauft werden, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen²¹.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette

Partizipativer Umgang | Risiken und Missstände

Als Einzelunternehmen ist die Möglichkeit, Einfluss auf meine Zulieferketten zu nehmen, leider sehr klein. Durch die richtige Produktwahl schaffe ich es wenigstens, auf die richtigen Zulieferketten zu achten. Es werden Lieferantinnen und Lieferanten bevorzugt, für die nachhaltiges Wirtschaften zum Geschäftskonzept gehört und welche nicht in Umwelt- oder Sozialschandale involviert sind oder waren. Vor der Anschaffung neuer Produkte hole ich entsprechende Informationen in Form einer Internetrecherche ein. Erfahre ich von Unternehmensskandalen, versuche ich, die entsprechenden Hersteller zu meiden. Eine systematische und regelmäßige Prüfung findet jedoch nicht statt²².

²⁰ Berichtsfrage: A3 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Lieferkette

²¹ Berichtsfrage: Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Produkte/Dienstleistungen zugekauft werden, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen?

²² Berichtsfragen: (1) Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Lieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander? (2) Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?



Verpflichtende Indikatoren

Der Anteil der eingekauften Produkte, die ein Label tragen, Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt, ist relativ gering. Lediglich konsumierte Lebensmittel und meine Arbeitskleidung besitzen ein entsprechendes Siegel. Der Prozentsatz am gesamten Beschaffungsvolumen beläuft sich auf ca. 2 %. Der Anteil der Lieferantinnen und Lieferanten, welche mit Sicherheit einen transparenten und partizipativen Umgang mit Anspruchsgruppen pflegen, beläuft sich auf ca. 36%²³. Nähere Angaben dazu in A1.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Angaben analog zu A1.

Ziele für 2020 & 2021

Bei Einkäufen > 100 EUR soll gezielt recherchiert werden, ob es beliefernde Unternehmen gibt, die soziale Mindeststandards in ihrer Lieferkette pflegen.

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Eigenmittel | Beteiligungen | Finanzrisiken

Mein Unternehmen ist zu 100% aus eigenen Mitteln finanziert. Formen und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen existieren nicht. Neben einem privaten Bausparvertrag unterhalte ich seit 2014 alle Konten bei der GLS Bank. Sie gilt als erste Bank in Deutschland die nach sozial-ökologischen Grundsätzen wirtschaftet²⁴.

²³ Indikatoren: (1) Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt. (2) Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden.

²⁴ Berichtsfragen: (1) Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden überlegt? (2) Welche Formen und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/oder über Ethikbanken konnten umgesetzt werden? (3) Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken verringert werden? (4) Wie sind die Finanzpartner*innen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten?



Verpflichtende Indikatoren

Mein Anteil des Eigenkapital liegt bei 100% und es gibt keine Fremdfinanzierung. Zu dem durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche liegen mir leider keine Daten vor²⁵.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Für den Unternehmensaufbau konnte auf Fremdfinanzierung komplett verzichtet werden.
- Alle betrieblichen Konten wurden bei einer Ethikbank eröffnet.

Ziele für 2021 & 2022

Im Bereich „Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln“ existieren aktuell keine Unternehmensziele.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Zukunftsausgaben | Risikovorsorge | Ansprüche der Eigentümerinnen und Eigentümer

Meine Zukunftsausgaben im Jahr 2020 und 2021 umfassen die Erarbeitung eines attraktiven Leistungsangebots, Ausgaben für Kundengewinnung sowie fachspezifische Weiterbildungen. Die notwendigen finanziellen Mittel werden zu 100% aus eigenen Mitteln gedeckt. Durch meine Festanstellung bei der Wissenschaftsstadt Darmstadt bin ich finanziell abgesichert. Einkünfte aus meiner selbständigen Arbeit werden zu 100% reinvestiert und verbleiben damit im Unternehmen. Die Weiterentwicklung meines Unternehmens hat Vorrang vor der Ausschüttung von Gewinn²⁶.

²⁵ Berichtsfragen: (1) Anteil Eigenkapital in Prozent; (2) Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche; (3) Fremdfinanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart (Angaben in Tsd. EUR und in % vom Fremdkapital)

²⁶ Berichtsfrage: (1) Welche notwendigen Zukunftsausgaben konnten ermittelt werden und wie weit sind ihre Deckung und zusätzliche Risikovorsorge möglich? (2) Welche Ansprüche stellen die Eigentümer*innen an Kapitalerträge mit welcher Begründung?



Verpflichtende Indikatoren

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit: 0 EUR

Gesamtbedarf Zukunftsausgaben: 10.000 EUR

Getätigte/r strategischer Aufwand/strategische Ausgaben Tsd: 0 EUR

Anlagenzugänge: 0 EUR

Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn): 0 EUR

Auszuschüttende Kapitalerträge: 0 EUR

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Der Unternehmensaufbau wurde mit sehr überschaubaren finanziellen Risiken finanziert.
- Durch die Festanstellung bei der Wissenschaftsstadt Darmstadt konnte eine wirkungsvolle Risikovorsorge betrieben werden.

Ziele für 2021 & 2022

Im Bereich „Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln“ existieren aktuell keine Unternehmensziele.

Unfaire Verteilung von Geldmitteln²⁷

Ich kann bestätigen, dass die Verteilung von Geldmitteln fair erfolgt.

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Ökologische Investitionen | Förderprogramme | sozial-ökologische Projekte

Aktuell besitzt mein Unternehmen kein nennenswertes Anlagevermögen. Es sind momentan auch keine Investitionen geplant. In meiner beratenden Tätigkeit spielt vielmehr Wissen und wie dieses in Unternehmen umgesetzt werden kann, eine Rolle. Genau wie andere Aktivitäten haben auch Investitionen einen großen Einfluss auf unsere Umwelt. Tatsächlich ist der

²⁷ Berichtsfrage: B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln



CO₂-Ausstoß für die Errichtung von Investition (Produktionseinrichtungen, Gebäude etc.) höher als der Betrieb von PKWs oder der Flugverkehr. Sollten in Zukunft Investitionen notwendig werden, dann werden diese selbstverständlich unter sozial-ökologischen Gesichtspunkten getätigt.

100% meines Firmenvermögens liegen auf Unternehmenskonten der GLS Bank. Sie gilt als erste Bank in Deutschland, die nach sozial-ökologischen Grundsätzen wirtschaftet²⁸.

Verpflichtende Indikatoren

Investitionsplan inkl. ökologischer Sanierungsbedarf: 0 EUR

Realisierung der ökologischen Investitionen: 0 EUR

Finanzierte Projekte: 0 EUR

Fonds-Veranlagungen: 0 EUR

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Auf (CO₂-intensive) Investitionen konnte verzichtet werden.

Ziele für 2021 & 2022

Im Bereich „Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung“ existieren aktuell keine Unternehmensziele.

Ökologisch bedenkliche Ressourcen²⁹

Ich kann bestätigen, dass das mein Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut.

²⁸ Berichtsfragen: (1) Welche Investitionen in eigene Anlagen haben ökologisches Verbesserungspotenzial? (2) Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt und welche Förderprogramme können genutzt werden? (3) Welche Investitionen wurden / werden konkret vorgenommen? (4) In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?

²⁹ Berichtsfrage: B3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen



B4 Eigentum und Mitentscheidung

Eigentümerstruktur | Formen der Mitentscheidung

Ich bin Alleineigentümer von Simon Brechel Nachhaltigkeitsmanagement. Als Einzelunternehmen ohne Mitarbeitende werden aktuell alle Entscheidung im und um das Unternehmen von mir getroffen³⁰.

Verpflichtende Indikatoren

Das Eigenkapital liegt zu 100% bei mir³¹.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Als Einzelunternehmen ohne Angestellte war es im Berichtszeitraum nicht notwendig, Maßnahmen für mehr Mitverantwortung der Mitarbeitenden zu fördern.

Ziele für 2021 & 2022

Im Bereich „Eigentum und Mitentscheidung“ existieren aktuell keine Unternehmensziele.

Feindliche Übernahme³²

Ich kann bestätigen, dass mein Unternehmen keine feindlichen Übernahmen durchgeführt hat, und auch keine feindlichen Übernahmen geplant sind.

³⁰ Berichtsfragen: ...Eigentümer*innen...(2) ...Form von Mitentscheidung...? (3) Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen...gesichert.... (4) ..Eigentümerstruktur in den letzten Jahren Die vollständige Berichtfrage ist zu finden auf Seite 40 "Liste von längeren Berichtsfragen & Indikatoren".

³¹ Berichtsfragen: Wie verteilt sich das Eigenkapital in Prozent... Die vollständige Berichtfrage ist zu finden auf Seite 40 "Liste von längeren Berichtsfragen & Indikatoren".

³² Berichtsfrage: B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme



C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Unternehmenskultur | Gesundheitsförderung | Arbeitsschutz | Diversität

Als Einzelunternehmen ohne Mitarbeitende spiegelt die Unternehmenskultur zu 100% meine eigene Persönlichkeit wider. Ich lege großen Wert auf zielgerichtetes und überlegtes Arbeiten, gönne mir aber auch kreative Phasen. Gerade in der Neugründung ist der Arbeitsaufwand hoch, jedoch möchte ich an mindestens einem Tag in der Woche nicht arbeiten. Der überwiegende Teil meiner Arbeit findet aktuell im Büro zu Hause statt. Maßnahmen zu betrieblicher Gesundheitsförderung existieren noch nicht. Meine Gesundheitsförderung findet im privaten Rahmen statt. In der Regel treibe ich 2-3-mal pro Woche Sport³³.

Verpflichtende Indikatoren

Persönliche und fachliche Weiterentwicklung ist für mich ein wichtiger Aspekt im Privat- & Berufsleben. Folgende Lehrgänge wurden im Berichtszeitraum besucht:

- Nachhaltigkeitsberichterstattung nach GRI-Standard (18 Stunden)
- Ausbildung zum Gemeinwohl-Berater (ca. 28 Stunden)
- Gründercoaching, ca. 50 Stunden
- Fortbildung zum Betriebsbeauftragten Abfall (ca. 28 Stunden)
- Fortbildung zum Nachhaltigkeitsbeauftragten (ca. 25 Stunden)
- Diverse kostenlose online Seminare (Beispielsweise des Deutschen Global Compact Netzwerk) (ca. 20 Stunden)

Folgende Lehrgänge sind in den kommenden 6 Monaten geplant:

³³ Berichtsfragen: (1) Wie kann die Unternehmenskultur im Unternehmen beschrieben werden? (2) Welche Maßnahmen wurden zu betrieblicher Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz umgesetzt und wie werden sie evaluiert? (2) Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von sowie im Umgang mit Mitarbeitenden und welche Betriebsvereinbarungen bzw. Maßnahmen gibt es bereits?



- Klimaschutzbeauftragter (ca. 12 Stunden)
- Ausbildung zum DNK-Schulungspartner (Dauer unbekannt)

Gesundheits-/Krankenquote im Berichtszeitraum: 5 Tage

Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle: Keine

Angebote im Bereich Gesundheit & Diversität gibt es nicht

Demografische Verteilung der Mitarbeitenden: Männlich; 36 Jahre; keine Religionszugehörigkeit; keine psychischen Einschränkungen³⁴.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Der Ausbau von Fachkompetenz zu Themen der betrieblichen Nachhaltigkeit wurde kontinuierlich umgesetzt.

Ziele für 2021 & 2022

Im Bereich „Menschenwürde am Arbeitsplatz“ existieren aktuell keine Unternehmensziele.

Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Ich kann bestätigen, dass in meinem Unternehmen keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen³⁵.

³⁴ Berichtsfragen: Die vollständige Berichtsfrage ist zu finden ab Seite 40 "Liste von längeren Berichtsfragen & Indikatoren".

³⁵ 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.



C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Verdienst | Arbeitszeit- & Arbeitslast | Work-Life-Balance

Als neu gegründetes Unternehmen ist noch völlig offen, ob ich von meinen zukünftigen Verdiensten leben kann. Durch meine Anstellung im Umweltamt der Stadt Darmstadt beziehe ich ein regelmäßiges Gehalt, was den finanziellen Druck auf mein Unternehmen reduziert. Jedoch habe ich den Anspruch, mein Unternehmen nur dann dauerhaft zu führen, wenn mein Verdienst die Lebenshaltungskosten aller Personen im Haushalt decken kann. Konkret bedeutet das, in einer Arbeitszeit von ca. 35h ein Mindestgehalt von 2700 EUR netto monatlich zu erwirtschaften. Dies entspricht den durchschnittlichen Lebenshaltungskosten eines Haushalts in Deutschland³⁶. Meine Arbeitszeit erfasse ich aktuell nicht. Mit einer klassischen 40h Woche ist der Arbeitsaufwand allerdings nicht abbildbar. Entsprechend spielen Überstunden eine große Rolle. Langfristig möchte ich eine Arbeitszeit von 35h pro Woche nicht überschreiten.

Eine gute Work-Life-Balance ist für mich die Voraussetzung für beruflichen Erfolg. Nur in Phasen der Ruhe und Ausgeglichenheit bekomme ich neue Ideen und kann Kraft für anstehende Herausforderungen tanken. Meine Partnerin und die gemeinsamen Aktivitäten tragen sehr viel zu meiner Work-Life-Balance bei. Konkrete Maßnahmen sind Ausflüge in die Natur, oft mehrere Tage, im Sommerurlaub auch zwei bis drei Wochen am Stück. Bevorzugt sind Wandertouren in den Bergen oder Fernwanderungen in Südeuropa. Außerdem besuche ich Naherholungsgebiete wie den Odenwald, den Spessart und die Bergstraße³⁷.

³⁶ Quelle: <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Einkommen-Konsum-Lebensbedingungen/Konsumausgaben-Lebenshaltungskosten/Tabellen/privater-konsum-d-EVS.html> / abgerufen am 16. Juli 2020 / 08:20 Uhr

³⁷ Berichtsfragen: (1) Sicherstellung eines "lebenswürdiger Verdienst" (2) Möglichkeiten der Selbstorganisation (3) Erfassung Arbeitszeiten und Überstunden (4) Gesellschaftlichen Teilhabe der Mitarbeitenden? ... Die vollständige Berichtsfrage ist zu finden ab Seite 40 unter: "Liste von längeren Berichtsfragen & Indikatoren".



Verpflichtende Indikatoren

Der standortabhängige “lebenswürdige Verdienst” in meiner aktuellen Lebenssituation beläuft sich auf ca.: 2000 EUR/netto.

Eine definierte Wochenarbeitszeit gibt es aktuell nicht. Ich möchte allerdings nicht mehr als 45h pro Woche arbeiten.

Die tatsächlich geleisteten Überstunden erfasse ich nicht³⁸.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Im Zuge der Doppelbelastung von Unternehmensgründung und Festanstellung wurden arbeitsfreie Phasen bewusst zum Entspannen und „Energie tanken“ genutzt.

Ziele für 2021 & 2022

Eine Erfassung der tatsächlichen Arbeitszeit.

Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Ich kann bestätigen, dass in meinem Unternehmen keine Mitarbeitenden durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet werden³⁹.

³⁸ Berichtsfragen: (1) Höchst- und Mindestverdienst (innerbetriebliche Spreizung) (2) Medianverdienst (3) Standortabhängiger “lebenswürdiger Verdienst” (für alle Betriebsstandorte) (4) Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z. B. 38 Stunden) (5) Tatsächlich geleistete Überstunden

³⁹ 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.



C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

Lebensmittel | Mobilität | ökologisches Verhalten | Weiterbildungsangebote

Der Großteil der konsumierten Lebensmittel am Arbeitsplatz stammt aus dem privaten Einkauf und ist überwiegend vegetarisch. Das Gemüse wird von Frühjahr bis Herbst im Saisongarten meiner Partnerin angebaut. Obst wird bevorzugt ohne viel Verpackung und aus regionaler Herstellung gekauft. Allerdings wird im Winter oft auf Produkte aus Südeuropa zurückgegriffen. Mein Arbeitsplatz ist in der Wohnung und ich benötige kein Verkehrsmittel um dorthin zu kommen.

Strategien zum ökologischen Verhalten am Arbeitsplatz existieren im Umgang mit Arbeitsmitteln und dem Mobilitätsverhalten. Ich versuche, den Umsatz an physischen Arbeitsmaterialien zu minimieren und strebe ein papierloses Büro an. Ich besitze keinen Drucker und Scanner, da diese Produkte nicht für den langfristigen Betrieb gemacht sind und mit großem Aufwand entsorgt werden müssen. Elektronisches Unterschreiben ist in 90% der Fälle eine sehr gute Alternative und scannen kann man mittlerweile mit der Smartphone Kamera. Wenn ich doch einmal etwas drucken muss, gehe ich zu einem Copy-Shop. Mobile elektronische Geräte sind mindestens fünf Jahre in Betrieb, Laptops zehn Jahre. Ziel ist es dabei, den Umsatz dieser umweltschädlichen aber notwendigen Geräte, auf ein Minimum zu reduzieren. Eine ökologische und zumeist vegetarische Ernährung am Arbeitsplatz versteht sich von selbst. Hinsichtlich meinem Mobilitätsverhalten versuche ich, die Nutzung von PKWs zu minimieren. Größere Strecken werden nahezu ausschließlich mit dem Zug zurückgelegt.

Um in Gegenden mit schlechter Zug- oder Busanbindungen zu kommen, miete ich einen PKW.

Ein zentrales Thema meiner Arbeit im Umweltamt der Wissenschaftsstadt Darmstadt ist die CO₂-neutrale Lebensgestaltung der Bürgerinnen und Bürger im Stadtgebiet. Von diesem Wissen profitiere ich gleichermaßen als Privatperson wie auch als Selbstständiger. Damit bildet meine Arbeit in



Festanstellung die ideale Möglichkeit, mich zu Themen des richtigen ökologischen Verhaltens weiterzubilden⁴⁰.

Verpflichtende Indikatoren

Der Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft während der Arbeitszeit beträgt ca. 90%.

Der Anteil von Geschäftsreisen mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß setzt sich wie folgt zusammen:

- Geschäftsfahrten innerhalb Darmstadts (Radius 10km): 90 % E-Bike / 10% Auto & Bus
- Geschäftsreisen an Orte mit guter Zuganbindung: 90% Zug / 10% Carsharing.
- Geschäftsreisen an Orte mit schlechter Zuganbindung: 100% gemietetes Auto⁴¹.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Die Ernährung am Arbeitsplatz erfolgte überwiegend vegetarisch.
- Der Umsatz an Verbrauchsmaterialien wie Papier wurde kontinuierlich minimiert.
- Auf Geräte mit einem großen ökologischen Fußabdruck wurde nach Möglichkeit komplett verzichtet.
- Geschäftsreisen wurde nach Möglichkeit mit der Bahn durchgeführt.

Ziele für 2021 & 2022

⁴⁰ Berichtsfragen: (1) Welchen Wert legen das Unternehmen und die Mitarbeitenden auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz? (2) Welche Verkehrsmittel benützen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen? (3) Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden, gibt es Weiterbildungsangebote?

⁴¹ Verpflichtende Indikatoren: (1) Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft (2) Anteil der Anreise mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß (3) Nutzungsgrad des ökologischen Betriebsangebots der Mitarbeitenden in %



Weitere Reduzierung der Geschäftsfahrten via PKW.

Verschwendung & unökologisches Verhalten⁴²

Ich kann bestätigen, dass im Unternehmen weder Verschwendung von Ressourcen gefördert noch unökologisches Verhalten geduldet wird⁴³.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Entfällt, da Einzelunternehmen.

D1 Ethische Kundenbeziehung

Kundenakquise | Kundennutzen | Grundsätze | Zugang zu Dienstleistungen

Jeder Beratungsauftrag ist anders und richtet sich nach dem Beratungsfeld und natürlich den Wünschen und Bedürfnissen des Kunden. Trotzdem unterliegen alle Beratungsaufträge hohen Qualitätsanforderungen, welche die Zufriedenheit und nachhaltigen Erfolg des Kunden sicherstellen sollen. Dabei orientiere ich mich an den Leitlinien für Unternehmensberatungsdienstleistungen nach DIN ISO 20700.

Grundsätze meiner Beratertätigkeit

Kundenorientierung und Nachhaltigkeit

Ich richte meine Beratungsarbeit an den Wünschen und Bedürfnissen meiner Kunden aus. Ziel ist es, den Erfolg meiner Kunden umfassend und dauerhaft zu sichern. Dafür verbessere ich mein Beratungsangebot fortlaufend. Problemlösungen entwickle ich aus der Perspektive des Kunden. Dabei ist es

⁴² Berichtsfrage: C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens

⁴³ Berichtsfrage: (1) Kann das Unternehmen bestätigen, dass im Unternehmen weder Verschwendung von Ressourcen gefördert noch unökologisches Verhalten geduldet wird? (2) Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.



mir wichtig, wirtschaftliche, soziale und ökologische Verantwortung zuverlässig miteinander in Einklang zu bringen.

Professionalität und Integrität

Ich bereite mich auf wichtige Gespräche sorgfältig vor und habe immer alles dabei, was ich benötige. Ich höre aktiv zu und versuche die Erwartungshaltung & Bedürfnisse meines Gesprächspartners herauszufinden. Des Weiteren achte ich stets auf klaren Ausdruck, richtige Wortwahl & Präzision des Themas. Auf meine Zusagen ist Verlass und ich kenne die Grenzen meines Beratungswissens. Ich sage die Wahrheit und bin ehrlich, wenn ich etwas nicht weiß. Ich verspreche nur das, was ich halten kann.

Individuell und praxisnah

Meine Nachhaltigkeitsarbeit ist an die Bedürfnisse des Kunden angepasst und findet in enger Zusammenarbeit mit den Mitarbeitenden und Führungskräften statt. Bei allen Aktivitäten stehen die Umsetzung in die Arbeitspraxis und die Integration in die vorhandene Prozesslandschaft an oberster Stelle.

Seriöse Preisbildung und faire Abrechnung

Eine vertrauensvolle Geschäftsbeziehung ist mir sehr wichtig. Einen Beitrag dafür leiste ich durch eine transparente, aufwandsgerechte und faire Preisgestaltung. Die Abrechnung erfolgt nach tatsächlich erbrachtem Aufwand. Sollte sich im Laufe der Beratung herausstellen, dass der Umfang größer oder kleiner ist als prognostiziert, ist eine Anpassung des Auftragsvolumens immer möglich.

Unabhängigkeit und ordnungsgemäße Geschäftsführung

In meiner Funktion als Berater bin ich unabhängig. Sollten während meiner Beratertätigkeit Interessenskonflikte oder Zweifel an der Unabhängigkeit meiner Arbeit entstehen, teile ich dies dem Kunden unverzüglich mit. Außerdem führe ich mein Unternehmen nach den Grundsätzen ordnungsgemäßer Geschäftsführung.

Akquise/Werbung

Internetseite

Potentielle Kunden werden durch meine Internetseite (www.nachhaltigwerden.de) auf mich aufmerksam. Durch ständige SEO-Optimierung soll diese immer in den vorderen Suchergebnissen erscheinen.



Dort können sich potentielle Kunden über die Beratungsfelder informieren und mich über ein Kontaktformular anschreiben. Zudem produziere ich Lern- & Informationsvideos rund um das nachhaltige Wirtschaften.

Auch diese sind auf meiner Internetseite (und Youtube) verfügbar. Sie stellen ein kostenloses und niedrighschwelliges Informationsmaterial für die Webseitenbesucher dar.

Soziale Medien

Ich bin auf XING, LinkedIn und Facebook aktiv. Auf diesen Plattformen möchte ich mit meiner Zielgruppe in Kontakt treten und mich in der Branche bekannt machen. In diesem Zusammenhang baue ich mein digitales Netzwerk in diesen Foren kontinuierlich aus. Geschäftsführenden und Führungskräften, die meinem Netzwerk beitreten, übermittle ich regelmäßig Nachrichten rund um das Thema Nachhaltigkeit, natürlich passend zu deren Branche.

Postwerbung

An ausgesuchte Unternehmen aus meinem Vertriebsgebiet (ca. 270 Unternehmen) versende ich regelmäßig (?) Briefwerbung in Form einer Postkarte. Darauf sind Informationen zu meinem Beratungsangebot und meine Kontaktdaten abgebildet. Damit möchte ich auch Unternehmen erreichen, die sich nicht im digitalen Raum bewegen.

Kostenloses Erstgespräch

Nach dem Erstkontakt biete ich Unternehmen ein kostenloses Erstgespräch an. Zum einen sollen dabei die Problemstellung des potentiellen Kunden sowie seine Erwartungshaltung abgefragt werden. Zum anderen möchte ich herausfinden, ob ich mit meiner Dienstleistung auf die Problemstellung des potentiellen Kunden antworten kann. Darüber hinaus stelle ich meine Dienstleistungen vor und vermittele ein Bild meiner Arbeitsmethoden und Vorgehensweisen. Zum Abschluss des kostenlosen Erstgespräches erläutere wir die Chancen einer möglichen Zusammenarbeit. Ich biete dabei die Erstellung eines unverbindlichen und kostenlosen Angebots an. Grundlage dafür ist ein Fragebogen, welchen ich gemeinsam mit meinem Gesprächspartner ausfülle.

Sicherstellung der Kundenzufriedenheit

Vor der Erarbeitung eines Angebots analysiere ich, auf Grundlage der mir aus dem kostenlosen Erstgespräch zur Verfügung stehenden Informationen, die



Risiken des Auftrags und schätze die Erfolgswahrscheinlichkeit ab. Dabei gilt der Grundsatz, dass ich nur Aufträge annehme, die ich für beide Seiten zufriedenstellend erfüllen kann. Mit der Übersendung des Angebots biete ich dem potentiellen Kunden außerdem eine Angebotsdurchsprache an. In einer gemeinsamen Besprechung soll abgestimmt werden, ob Inhalt, Art und Umfang des Beratungsangebots mit den Erwartungen des Interessenten übereinstimmen.

Der Ablauf eines Beratungsauftrags richtet sich nach dem jeweiligen Beratungsfeld und den individuellen Wünschen und Anforderungen des Kunden. Meine Kundenaufträge werden als Projekte abgewickelt. Der Projektfortschritt, Abweichungen zum Arbeitsplan und der Grad der Zielerreichung werden kontinuierlich gemessen und fortgeschrieben.

Meine Kunden sollen durch meine Arbeit einen nachhaltigen Erfolg erzielen und mit meiner Arbeit zufrieden sein. Nur so können aus Neukunden Bestandskunden werden. Die Abfrage der Kundenzufriedenheit ist für mich deshalb ein stetiger Prozess, der sich nicht nur auf das Ende einer Beratung beschränkt. Schon während des Projektverlaufs erfolgen regelmäßige Zwischengespräche mit dem Auftraggeber. Dabei soll die Zufriedenheit des Kunden abgefragt und ggf. Anpassungen im Projektverlauf vorgenommen werden.

Den Abschluss jedes Beratungsauftrags bildet die Abschlussbesprechung. Dabei wird der finale Ergebnisbericht vorgestellt und der Beratungsauftrag anhand der im Beratervertrag vereinbarten Zielen evaluiert und abgenommen. Sechs Monate nach Abschluss meiner Beratertätigkeit nehme ich nochmals Kontakt mit dem Kunden auf. Dabei möchte ich erfahren, ob die angestrebten Ziele des Projektes nachhaltig erreicht wurden.

Zugang zu Dienstleistungen

Meine Zielgruppe umfasst kleinere und mittelständische Unternehmen aus dem verarbeitenden Gewerbe bis maximal 250 Mitarbeitenden. Meiner Erfahrung nach sind meine potentiellen Kunden gewinnseitig sehr heterogen aufgestellt. Um meiner gesamten Zielgruppe ein kostenseitig attraktives Angebot zu machen und gleichzeitig notwendige Gewinnmargen zu erzielen, setze ich auf ein striktes Kostenmanagement. Davon ableitend sollen attraktive Tagessätze sowie Rabatte bei größeren Auftragsumfängen mein Angebot auch für Unternehmen attraktiv machen, die sich in der Regel keine externe Unterstützung zukaufen.



Abgesehen davon teile ich meine Erfahrung gerne und halte auch in kostenlosen Erstgesprächen kein Wissen zurück.

Im Rahmen meiner Tätigkeit als GWÖ-Berater und GWÖ-Aktiver der Regionalgruppe Darmstadt stehe ich häufig im informellen Wissensaustausch mit Unternehmen, beispielsweise auf Messen oder sonstigen Veranstaltungen. Dabei teile ich mein Wissen gern und gebe Tipps zum nachhaltigen Wirtschaften⁴⁴.

Verpflichtende Indikatoren

Im Berichtszeitraum wurden ca. 30% des Einkaufsvolumen für Marketing ausgegeben. Dieser Wert ist relativ hoch, weil darunter auch Einmalkosten wie die Erstellung eines Corporate Designs oder die Programmierung der eigenen Internetseite fallen. Meine Werbemaßnahmen beschränkten sich aktuell auf Werbung in den sozialen Netzwerken und Direktmarketing via Post. Das Budget dafür beträgt ca. 2400 EUR im Jahr. In unregelmäßigen Abständen lasse ich die Auffindbarkeit meiner Internetseite optimieren (SEO). Die Kosten dafür betragen ca. 600 EUR im Jahr. Ein spezielles Angebot für benachteiligte Kundinnen und Kunden existiert aktuell nicht.⁴⁵

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Es wurden Grundsätze der Beratungstätigkeit aufgestellt.
- Es wurde ein Qualitätsmanagement zur Sicherstellung der Kundenzufriedenheit eingeführt.

Ziele für 2021 & 2022

⁴⁴ Berichtsfragen: (1) Wie werden neue Kund*innen gewonnen und wie Stammkund*innen betreut? (2) Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kundennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt? (3) 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?

⁴⁵ Indikatoren: (1) Übersicht der Budgets im Marketing, Verkauf, Werbung: Ausgaben für Maßnahmen bzw. Kampagnen (2) Art der Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden: fixe und umsatzabhängige Bestandteile in % (3) Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: ja/nein (4) Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innen-Gruppen gekauft wird.



Für die kommenden zwei Jahre ist eine Steigerung meiner Bestandskunden geplant.

Unethische Werbemaßnahmen

Ich kann bestätigen, dass mein Unternehmen keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt hat⁴⁶.

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

Kooperationen | Solidarität

Ich pflege einen informellen Austausch mit anderen Nachhaltigkeitsberater*innen. Es wurden auch schon Projekte zusammen durchgeführt. Für das Jahr 2021 ist eine feste Kooperation mit einem freiberuflichen Grafiker und Marketingexperten geplant. Damit soll das Beratungsangebot im Bereich Nachhaltigkeitskommunikation erweitert werden⁴⁷.

Verpflichtende Indikatoren

Der Zeitaufwand für Dienstleistungen, die in losen Kooperationen erbracht wurden, beträgt aktuell lediglich ca. 40h im Bilanzierungszeitraum. Dieser Wert wird sich mittelfristig jedoch steigern.

Einen aktiven Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards in meiner Branche leiste ich durch meine Mitgliedschaft im Verband der Gründer und Selbstständigen Deutschland e. V. (VGSD).

Eine aktive Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards leiste ich aktuell lediglich durch meine Mitgliedschaft bei der Gemeinwohlökonomie. Mein privates Engagement auf diesem Gebiet reicht jedoch bis zum Jahr 2014 zurück. Damals betätigte ich

⁴⁶ Berichtsfrage: Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt werden

⁴⁷ Berichtsfragen: (1) Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert und welche Ziele werden dabei verfolgt? (2) In welchen Bereichen verhält sich das Unternehmen solidarisch gegenüber anderen Unternehmen und hilft uneigennützig?



mich bei ATTAC in Stuttgart. Zwischen den Jahren 2014 und 2017 engagierte ich mich außerdem für Primavera - Hilfe für Kinder in Not e.V.⁴⁸

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Es wurden einzelne Kundenprojekte in losen Kooperationen abgewickelt

Ziele für 2021 & 2022

In den nächsten zwei Jahren möchte ich ein Netzwerk aus festen Kooperationspartnerschaften auf- und ausbauen.

Missbrauch der Marktmacht⁴⁹

Ich kann bestätigen, dass auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen komplett verzichtet wird.

D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Ökologische Auswirkungen | Unternehmensstrategie bzgl. Nutzung und Entsorgung | Maßvoller Konsum

Leider kann ich nicht bewerten, wie groß die ökologischen Auswirkungen meiner Dienstleistungen im Vergleich zu bestehenden Alternativen sind. Dazu fehlen mir die notwendigen Wettbewerberkenntnisse. Ich nehme jedoch an, dass die ökologischen Auswirkungen meiner Dienstleistungen im Vergleich zu alternativen Nachhaltigkeitsberatungen etwas geringer sind, da ich keine öffentlichen Büroräume unterhalte und mein Energieverbrauch geringer ist. Aktuell sehe ich keine negativen ökologischen Auswirkungen, welche durch die Nutzung meiner Dienstleistung entstehen. Im Gegenteil, Strategien und Maßnahmen zu entwerfen, welche die ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen meiner Kundinnen und Kunden reduzieren, gehören zu

⁴⁸ Berichtsfragen: Die vollständige Berichtsfrage ist zu finden ab Seite 40 unter: "Liste von längeren Berichtsfragen & Indikatoren".

⁴⁹ Berichtsfrage: D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen



meinem Kerngeschäft. Die Bereiche, in denen dies stattfindet, sind eingesetzte Produktionsmaterialien, verbrauchte Energie, entstehendes Abwasser, Biodiversität, Emissionen und anfallender Abfall. Durch Umsetzung meiner Dienstleistungen entstehen somit keine negativen ökologischen Auswirkungen. Meine Dienstleistungen fördern die Reduzierung von schädlichen ökologischen Auswirkungen.

Die drei Prinzipien der Nachhaltigkeit (Konsistenz, Effizienz und Suffizienz) sind fester Bestandteil meines Geschäftsmodells.

Das Konzept von Suffizienz spielt im Einkauf von Produkten und Dienstleistungen eine große Rolle. Hintergrund dabei ist, dass i.d.R. die größten ökologischen Auswirkungen von Unternehmen in der vorgelagerten Lieferkette stattfinden. Deshalb ist es mein Ziel, den Umsatz an eingekauften Produkten zu minimieren und nur Anschaffungen zu tätigen, die einen langfristigen Nutzen versprechen. Dinge, die ich dringend, jedoch nicht dauerhaft benötige, versuche ich auszuleihen.

Auch der Effizienzgedanke ist stark in meinem Geschäftsmodell verankert. Einmal in Form der ökologischen Effizienz (Qualität und Langlebigkeit), der zeitlichen Effizienz (Zeitersparnis) und der kostenmäßigen Effizienz (Kosteneinsparung). Eine Rangfolge zugunsten der ökologischen Effizienz gibt es unter der Voraussetzung, dass die resultierenden Verluste an zeitlicher und kostenmäßiger Effizienz das Geschäftsmodell nicht gefährden. Die Anfahrt zu Kunden erfolgt beispielsweise bevorzugt mit dem Zug, Fahrrad oder beides kombiniert. Dort wo dies nicht oder nur mit hohem zeitlichem Aufwand möglich ist, erfolgt die Anfahrt mit dem PKW.

Der Leitgedanke von Konsistenz ist im Geschäftsmodell hauptsächlich in der Abfallvermeidung verankert. Da ich allerdings Dienstleistungen und keine Produkte anbiete, sind meine verursachten Abfallmengen überschaubar.

Strategien, um den maßvollen Konsum meiner Dienstleistungen zu fördern, sind in den Grundsätzen meiner Beratertätigkeit verankert. Dabei richte ich meine Beratungsarbeit an den Wünschen und Bedürfnissen meiner Kunden aus. Ich biete Kunden die aus meiner Sicht beste Lösung an, ohne künstlichen Mehraufwand zu erzeugen. Auch sollen meine Kunden ihr Know-how im Bereich der betrieblichen Nachhaltigkeit mit meiner Hilfe weiterentwickeln, um zukünftig eigenständig, ohne externe Beratung, agieren zu können⁵⁰.

⁵⁰ Berichtsfragen: (1) ...ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen (2) Strategien und Maßnahmen um ökologische Auswirkungen zu reduzieren (3) Konsistenz,



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Strategien und Maßnahmen, welche die ökologischen Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen über den Lebenszyklus reduzieren, wurden kontinuierlich umgesetzt.
- Effizienz, Konsistenz und Suffizienz sind feste Bestandteile des Geschäftsmodells und wurden in alle Unternehmensentscheidungen mit einbezogen.

Ziele für 2021 & 2022

Im Bereich „Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen“ existieren aktuell keine Unternehmensziele.

Unverhältnismäßige ökologische Auswirkungen⁵¹

Ich kann bestätigen, dass es in meinem Unternehmen keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen gibt⁵².

D4 Kundinnen und Kunden-Mitwirkung und Produkttransparenz

Mitentscheidung Kunde | Kundenfeedback | Produktinformationen

Meine Dienstleistungen werden stets an den Wünschen der Kundinnen und Kunden ausgerichtet. Anders wäre die erfolgreiche Bearbeitung meiner Kundenprojekte nicht möglich. Konkret umgesetzt wird dies in Form einer umfassenden Auftragsklärung vor Auftragsannahme, regelmäßigen Feedbackloops während der Auftragsdurchführung und eines

Effizienz und Suffizienz im Geschäftsmodell...Die vollständige Berichtsfrage ist zu finden ab Seite 40 unter: "Liste von längeren Berichtsfragen & Indikatoren".

⁵¹ Berichtsfrage: D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

⁵² Berichtsfrage: (1) Kann das Unternehmen bestätigen, dass es keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen gibt?



Abschlussgespräches sowie die Einholung von Kundenfeedback via Fragebogen bei Auftragsende.

Falls Kundinnen und Kunden Impulse zur sozial-ökologischen Verbesserung meiner Dienstleistungen geben, werden diese gerne in mein Leistungsportfolio aufgenommen oder Anpassungen getätigt⁵³.

Verpflichtende Indikatoren

Bisher gab es von meinen Kundinnen und Kunden keine Vorschläge zur sozial-ökologischer Verbesserung meiner Dienstleistungen.

Die Veröffentlichung von Preisbestandteilen ist für mich ein hohes Ziel. Ich denke, dies trägt stark zur Vertrauensbildung von Unternehmen und Lieferanten bei. Langfristig strebe ich diese Praxis an, aktuell sehe ich davon jedoch noch ab. Meine Geschäftstätigkeit ist noch nicht „eingeschwungen“, und Kostenstrukturen können sich noch erheblich ändern⁵⁴.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Es wurde ein Qualitätsmanagement zur Sicherstellung der Kundenzufriedenheit eingeführt.

Ziele für 2021 & 2022

Die Veröffentlichung der Preisbestandteile meiner Tagessätze.

Ausweis von Gefahrenstoffen

Ich kann bestätigen, dass die Produkte keine Schadstoffe enthalten, welche die Kund*innen und Umwelt belasten und auch keine schädlichen Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte entstehen⁵⁵.

⁵³ Berichtsfragen: (1) Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kund*innen eingeräumt und wie wird darüber kommuniziert? (2) Werden Impulse von Kund*innen zur sozial-ökologischen Verbesserung der Produkte und Dienstleistungen aufgenommen? (3) Welche Produktinformationen sind öffentlich zugänglich.

⁵⁴ Indikatoren: (1) Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund*innen entstanden sind. (2) Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes). (3) Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes).

⁵⁵ 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?



E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Grundbedürfnisse | Status | Sinn | Nutzen

Meine Nachhaltigkeitsprogramme unterstützen Unternehmen bei der Bewältigung zukünftiger Herausforderungen im Bereich Umwelt & Soziales. Mit der Planung und Umsetzung einer Nachhaltigkeitsstrategie stellen sich meine Kundinnen und Kunden zukunftsicherer auf. Damit deckt mein Geschäftsmodell das menschliche und unternehmerische Grundbedürfnis nach Sicherheit ab.

Obwohl meine Dienstleistungen auch die Reputation eines Unternehmens steigern, ist das primäre Ziel die Steigerung der Nachhaltigkeitsleistung. Entsprechend verstehe ich meine Dienstleistung nicht als Statussymbol.

Wesentliche Elemente meiner Nachhaltigkeitsarbeit sind die Qualität der Beschäftigung, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, Aus- und Weiterbildung am Arbeitsplatz, Diversität und Chancengleichheit, Eliminierung von Diskriminierung, Einhaltung der Menschenrechte und die Abschaffung von Zwangs-, Pflicht- und Kinderarbeit. Damit dienen meine Dienstleistungen auch dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit.

Ökologische Probleme, welche durch meine Dienstleistungen gemindert werden, sind der übermäßige Verbrauch von natürlichen Ressourcen und Energie, der Verringerung der Biodiversität, der Treibhausgasausstoß, die Verschmutzung von Gewässern und die Entstehung von übermäßigem Abfall.

Gesellschaftliche Herausforderungen, welche durch meine Dienstleistungen verbessert werden, sind Diversität und Chancengleichheit, Verminderung von Korruption & wettbewerbswidrigem Verhalten, Verhinderung von Diskriminierung am Arbeitsplatz, die Abschaffung jeder Form von Zwangs-, Pflicht- und Kinderarbeit sowie bessere Lieferketten⁵⁶.

Verpflichtende Indikatoren

⁵⁶ Berichtsfragen: (1) Welche der neuen Grundbedürfnisse (siehe unten) erfüllen die Produkte/Dienstleistungen des Unternehmens? (2) 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? (3) In welcher Form dienen unsere Produkte/Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit? (4) Welche gesellschaftlichen/ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch unsere Produkte/Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert? (Orientierung an UN-Entwicklungszielen, siehe vertiefende Online-Informationen)



Meine Nachhaltigkeitsarbeit unterstützt Unternehmen bei der Bewältigung von Herausforderungen im Bereich Umwelt & Soziales und ist ein maßgeblicher Baustein der unternehmerischen Zukunftssicherung. Sie deckt das Grundbedürfnis nach Sicherheit ab. Eine andere Motivation kann natürlich auch mit der Steigerung der Reputation zusammenhängen. Entsprechend schätze ich, dass meine Dienstleistung zu ca. 90% Grundbedürfnisse, wie das Streben nach Sicherheit, abdeckt. Geschätzte 10% der erfüllten Bedürfnisse meiner Dienstleistungen dienen dem Erreichen eines Statussymbols.

Meine Arbeit zielt darauf ab, alle Menschen fair zu behandeln, ihnen ein Leben in Würde zu gewährleisten und dienen zu 100% der Entwicklung der Menschen.

Meine Arbeit zielt auch darauf ab, die Natur und die Lebewesen zu schützen und dienen zu 100% der Erde.

Die Grundlage meiner Beratungsangebote basiert auf Standards wie der ISO 26000, der ISO 14001 und dem GRI-Standard. Diese sind weitgehend deckungsgleich mit den UN-Entwicklungszielen und dienen zu 100% der Lösung gesellschaftlicher/ökologischer Probleme.

Meine Nachhaltigkeitsprogramme sind auf zwei Jahre ausgelegt. Ich ermutige Unternehmen, diese Programme nach ihrem Ablauf weiterzuführen und zu erweitern. Dies ist oft mit einem Bruchteil des Anfangsaufwands umzusetzen. Entsprechend haben meine Dienstleistungen einen Mehrfach- und keinen Pseudo- oder Negativnutzen⁵⁷.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Die Entwicklung von Strategien und Maßnahmen zur Entwicklung des Menschen und der Gesellschaft, sowie die Lösung gesellschaftlicher und ökologischer Probleme sind Teil des Geschäftsmodells und wurden fortlaufend umgesetzt.

Ziele für 2021 & 2022

⁵⁷ Indikatoren: Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes: (1) Erfüllte Bedürfnisse: decken Grundbedürfnisse / sind Statussymbol/Luxus (2) Dienen der Entwicklung der Menschen / der Erde/Biosphäre / löst gesellschaftlich/ökologische Probleme lt. UN-Entwicklungszielen (3) Nutzen der Produkte/Dienstleistungen: / Mehrfachnutzen/einfacher Nutzen /Hemmender/Pseudo-Nutzen/ Negativnutzen



Im Bereich „Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen“ existieren aktuell keine Unternehmensziele.

Menschenunwürdige Dienstleistungen⁵⁸

Ich kann bestätigen, dass mein Unternehmen keine menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen verkauft.

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

Materielle Beiträge | Gesellschaftliches & Engagement

Wie jedes Unternehmen in Deutschland zahle ich Steuern. Allerdings habe ich das Gründungsjahr mit einem Verlust abgeschlossen. Deshalb zahlte ich 2020 keine Einkommenssteuer. Außerdem erhielt ich im Jahr 2020 einen Gründungszuschuss der Agentur für Arbeit. In Zukunft möchte ich jedoch 2,5% meines jährlichen Gewinns spenden.

Da sich mein Unternehmen aktuell noch im Aufbau befindet, sind meine zeitlichen und monetären Ressourcen leider sehr beschränkt. Gesellschaftliches Engagement leiste ich einerseits durch private Spenden und andererseits durch mein Engagement bei der GWÖ-Regionalgruppe Darmstadt.

Wie bereits an anderer Stelle dieses Berichts erwähnt, waren wir als Regionalgruppe im Februar 2020 mit einem Messestand auf der „digital-futurecongress“, einer Digitalisierungs-Messe in Frankfurt, präsent. Im Mai 2020 nahmen wir an dem IHK-Nachhaltigkeitstag teil (aufgrund von Corona war dies eine Online-Veranstaltung) und im August 2020 hatten wir einen Stand auf dem Bergsträsser Nachhaltigkeitsmarkt in Bensheim.

Der zeitliche Umfang meiner ehrenamtlichen Arbeit bei der GWÖ schwankt. Im Jahr 2020 waren es ca. fünf Stunden pro Woche. Aktuell sind es jedoch weniger. Als GWÖ-Berater in Ausbildung profitiere ich natürlich auch von meinem freiwilligen Engagement. Ich lerne die GWÖ als Organisation kennen und verstehe dadurch die Inhalte besser. Das hilft bei der Abwicklung von

⁵⁸ Berichtsfrage: E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen



Kundenaufträgen. Auf der anderen Seite profitiert die Regionalgruppe von meinem Engagement und Beraterwissen⁵⁹.

Verpflichtende Indikatoren

Umsatz: 1.879,50 EUR

Gewinn: -7.258

Umsatz und Gewinn wurden in Form einer Einkommensüberschussrechnung ermittelt. Darin enthalten sind auch sämtliche Betriebsausgaben (d.h. Fortbildungen, Heizkosten, Mobilität etc.).

Sozialversicherungsbeiträge: Diese zahle ich aktuell nur auf mein Einkommen durch die Anstellung bei der Wissenschaftsstadt Darmstadt

Einkommenssteuer: Aktuell beziehe ich kein Einkommen aus meiner freiberuflichen Arbeit und zahle deshalb auch keine Einkommenssteuer.

Umsatzsteuer: 348,01 EUR.

Subventionen in Form eines Gründungszuschuss der Agentur für Arbeit im Jahr 2020: 12.600 EUR⁶⁰.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Freiwillige Beiträge zum Gemeinwesen wurden durch private Spenden und das Engagement bei der Regionalgruppe Darmstadt geleistet.

Ziele für 2021 & 2022

Sollte es mir gelingen, mich mit meinem Unternehmen langfristig am Markt zu etablieren, möchte ich 2,5% des zukünftigen jährlichen Gewinns für gemeinwohltätige Zwecke spenden.

Illegitime Steuervermeidung & mangelnde Korruptionsprävention

Ich kann bestätigen, dass keinerlei Praktiken betrieben werden, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten

⁵⁹ Berichtsfragen: (1) Der materiellen Beitrag zum Gemeinwesen....Die vollständige Berichtsfrage ist zu finden ab Seite 40 unter: "Liste von längeren Berichtsfragen & Indikatoren".

⁶⁰ Berichtsfragen: Umsatz / Nettoabgabenquote//...Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen Die vollständige Berichtsfrage ist zu finden ab Seite 40 unter: "Liste von längeren Berichtsfragen & Indikatoren".



Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entziehen⁶¹.

Auch kann ich bestätigen, dass es sich keine korruptionsfördernden Praktiken betreibt und dass sämtliche Lobbying-Aktivitäten offengelegt wurden.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Negativen Umweltwirkungen | Veröffentlichung von Umweltdaten

Die größten negativen Umweltauswirkungen entstehen in meinem Unternehmen durch Dienstfahrten mit dem PKW oder öffentlichen Verkehrsmitteln. Dies, wie auch andere wesentliche Umweltdaten, werden im Rahmen des Gemeinwohlberichts jährlich ermittelt und alle zwei Jahre veröffentlicht⁶².

Verpflichtende Indikatoren

Die wesentlichen Umweltdaten meines Unternehmens umfassen^{63,64}:

Geschäftliche Fahrten mit dem eigenen oder gemieteten PKW: ca. 1000km / 0,19 t CO₂ (220 km davon via Carsharing)

Geschäftliche Fahrten mit dem Fahrrad: ca. 140km / 0,0 t CO₂

Geschäftliche Fahrten mit öffentlichen Verkehrsmitteln: 4670 km / 0,23 t CO₂

Stromverbrauch im heimischen Büro: 190 kWh; 0,003 t CO₂

⁶¹ Berichtsfrage: Kann das Unternehmen bestätigen, dass es keinerlei Praktiken betreibt... Die vollständige Berichtsfrage ist zu finden ab Seite 40 unter: "Liste von längeren Berichtsfragen & Indikatoren".

⁶² Berichtsfragen: (1) Welche negativen Umweltwirkungen haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse?...Die vollständige Berichtsfrage ist zu finden ab Seite 40 unter: "Liste von längeren Berichtsfragen & Indikatoren".

⁶³ Die Kennwerte wurden mit Hilfe des CO₂-Rechners des Umweltbundesamts errechnet. Link: https://uba.co2-rechner.de/de_DE/footprint#panel-calc; Daten abgerufen am 20.07.2020 um 16:24 Uhr

⁶⁴ Indikatoren: Die vollständige Berichtsfrage ist zu finden ab Seite 40 unter: "Liste von längeren Berichtsfragen & Indikatoren".



Heizenergie im heimischen Büro: 566 KWh; 0,01 t CO₂

Papierverbrauch in kg: 0,3 (geschätzt)

Die Umweltdaten basieren auf tatsächlich entstandenen Verbräuchen. Die Umrechnung in CO₂-Äquivalente erfolgte mit Hilfe des CO₂-Rechners des Umweltbundesamtes.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Wesentliche Umweltdaten und die damit verbundenen Verbräuche wurden regelmäßig ermittelt. Deren Reduktion ist eine fortlaufende Aufgabe.

Ziele für 2021 & 2022

Die kontinuierliche Reduzierung der Dienstfahrten mit dem PKW.

Verstöße gegen Umweltauflagen | unangemessene Umweltbelastungen

Ich kann bestätigen, dass in meinem Unternehmen nicht gegen Umweltauflagen verstoßen, bzw. die Umwelt nicht unangemessen belastet wird⁶⁵.

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

kritische Informationen | gesellschaftliche Berührungsgruppen

Alle wichtigen Informationen zu meinen geschäftlichen Aktivitäten werden in einem vollständigen Gemeinwohlbericht erfasst und alle zwei Jahre auf meiner

⁶⁵ 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.



Internetseite veröffentlicht. Berührungsgruppen sind eingeladen, mit mir in den Dialog zu treten und ihre Interessen gegenüber meinem Unternehmen vorzubringen. Da sich bisher noch niemand bei mir gemeldet hat, existiert aktuell kein etablierter Prozess, wie entsprechende Rückmeldungen oder Ergebnisse des Dialogs verarbeitet und dokumentiert werden⁶⁶.

Verpflichtende Indikatoren

Die Veröffentlichung dieses Gemeinwohlberichts ist für Ende des Sommer 2021 geplant⁶⁷.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Wichtige und kritische Informationen zu meiner Geschäftstätigkeit wurden in Form eines Gemeinwohlberichts zusammengefasst und veröffentlicht.

Ziele für 2021 & 2022

In den kommenden Jahren sollen weiterhin Gemeinwohlberichte veröffentlicht werden.

Förderung von Intransparenz | bewusste Fehlinformation

Ich kann bestätigen, dass mein Unternehmen keine falschen Informationen oder gesellschaftliche Phänomene verbreitet⁶⁸.

⁶⁶ •Berichtsfragen: (1) Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst und in welcher Form wird darüber berichtet ? (2) Wie können Bürger*innen in Dialog treten und gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten? (3) Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?

⁶⁷ Berichtsfrage: (2) Veröffentlichung eines Gemeinwohlberichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung (2) Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen (in % der relevanten Entscheidungen, je nach Mitbestimmungsgrad)

⁶⁸ Berichtsfrage: Kann das Unternehmen bestätigen, dass es keine falschen Informationen über das Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene verbreitet? Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.



Ausblick

Kurzfristige & Langfristige Ziele

Kurz- und mittelfristig möchte ich meine Reputation als Experte, vertrauenswürdiger Ansprechpartner und Problemlöser im Bereich Nachhaltigkeit weiter ausbauen. Dafür entwickle ich mich kontinuierlich weiter. Mein Unternehmen soll in den nächsten Jahren regional verwurzelt bleiben und ich möchte nur Kunden im Rhein-Main-Gebiet, Unterfranken und dem nördlichen Baden-Württemberg betreuen. Ein Großteil meiner Kunden sollen Bestandskunden sein, damit keine übermäßige Akquise betrieben werden muss. Ich setze darauf, dass sich gute Leistung weiterspricht. Ungefähr die Hälfte meiner Arbeit möchte ich im heimischen Büro erledigen. Die gesamte wöchentliche Arbeitszeit, inklusive Dienstfahrten, soll im Schnitt nicht mehr als 35 Stunden pro Woche betragen. In den ersten zwei Jahren nach Gründung möchte ich keine Mitarbeitende beschäftigen.

Langfristig möchte ich mein Vertriebsgebiet ausweiten und Mitarbeitende beschäftigen. Angedacht ist eine dezentrale Unternehmensstruktur, die sich über Deutschland verteilt.

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 auditert ist.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Diese GWÖ-Bilanz wurde durch Simon Brechel erstellt und es waren keine Stakeholder*innen involviert. Die Arbeitszeit dafür belief sich auf ca. 50h. Die erste Version der GWÖ-Bilanz wurde im Februar 2020 erstellt. Die zweite Version im Juli 2020 und der finale Bericht im Mai und Juni 2021.

Eine Veröffentlichung ist über meine Internetseite (www.nachhaltigwerden.de) geplant.

Datum: Juni 2021



Anhang: Liste von längeren Berichtsfragen & Indikatoren

B4 Eigentum und Mitentscheidung

Berichtsfragen

- Wer sind die Eigentümer*innen, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?
- Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?
- Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer*innen gesichert und wie wird die neue Gemeinschaft auf diese Aufgaben vorbereitet?
- Wie hat sich die Eigentümerstruktur in den letzten Jahren entwickelt und wie wird die Veränderung abgesichert?

Verpflichtende Indikatoren

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

- Unternehmer*innen
- Führungskräfte
- Mitarbeiter*innen
- Kund*innen
- Lieferant*innen
- Weiteres Umfeld

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Verpflichtende Indikatoren

- Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit
- Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro Mitarbeitendem bzw. nach Führungsebene
- Gesundheits-/Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung), Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen
- Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle
- In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit / Diversität: Inhalte + Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden
- 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)
- durchschnittliche Karenzdauer von Vätern-/Müttern in Monaten



C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfragen

- Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster "lebenswürdiger Verdienst" zusteht?
- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen?
- Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt? Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?
- Wie können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden?
- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen? Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?
- Welche Maßnahmen gibt es in der Organisation, um eine Work-Life-Balance zu gewährleisten?

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

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)
- Wie viel Prozent von Zeit / Umsatz wird durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet / erzielt:
- Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional): _____
- Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere ZG ansprechen: __
- Unternehmen der gleichen Branche in gleicher Region, mit anderer ZG: _____
- In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen? (Anzahl: x/3)
- Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards
- Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (responsible Lobbying)
- Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards
- Wie viele Arbeitskräfte / Mitarbeiterstunden wurden an Unternehmen anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?



- der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?
- Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen
- anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?
- der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? (%-Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge)
- Wie hoch beläuft sich die Summe an Finanzmittel, die an Unternehmen
- anderer Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?
- der gleichen Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? (Summe, %-Anteil vom Umsatz/Gewinn)

D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Berichtsfragen

- Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen?
- Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert?
- Wie sind Konsistenz, Effizienz und Suffizienz im Geschäftsmodell verankert?
- Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?
- Wie wird die maßvolle Nutzung in der Kommunikation mit Kund*innen gefördert?



E2 Beitrag zum Gemeinwesen

Berichtsfragen

- Welchen direkten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen zur Sicherung des Gemeinwesens (z. B. in Form von Ertragsteuern, Lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen)? Welche direkten materiellen Unterstützungen (z.B. Förderungen, Subventionen) erhält das Unternehmen andererseits?
- Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet? Worin besteht der Eigennutzen an diesen Aktivitäten?
- Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens?
- Wie stellt das Unternehmen sicher, dass illegitime Steuervermeidung oder Korruption und negativer Lobbyismus nicht begünstigt bzw. verhindert wird?

Verpflichtende Indikatoren

Umsatz

Nettoabgabenquote, darin sollen folgende Beiträge eingerechnet werden:

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

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



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?

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Berichtsfragen

- Welche negativen Umweltwirkungen in Bezug auf Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse?
- Welche Daten zu den wesentlichen Umweltwirkungen (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?
- Wie werden Umweltdaten veröffentlicht?

Verpflichtende Indikatoren

Entsprechend dem Tätigkeitsfeld des Unternehmens sind relevante Umweltkonten zu berichten:

- Ausstoß klimawirksamer Gase in kg
- Transporte (und dessen CO₂ Äquivalent) in km bzw. kg
- Benzinverbrauch (und dessen CO₂ Äquivalent) in Liter bzw. kg
- Stromverbrauch (und dessen CO₂ Äquivalent) in kWh bzw. kg
- Gasverbrauch (und dessen CO₂ Äquivalent) in kWh bzw. kg
- Heizenergie (in Bezug auf die jeweilige Durchschnittstemperatur) in kWh/°C
- Verbrauch von Trink- und Regenwasser in m³
- Chemikalienverbrauch (giftig, ungiftig) in kg
- Papierverbrauch in kg
- Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien in kg
- Kunstlicheinsatz in Lumen, kWh
- Schadstoffemissionen in kg

Die jeweiligen Messwerte sollten auf betrieblich relevante Kenngrößen umgelegt werden

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