
GEMEINWOHL-BERICHT 2012

Unternehmen

FIRMENNAME:	JOHANNA PAUL, Organisationsentwicklung & Changemanagement
Rechtsform:	Einzelunternehmen
Adresse:	Martin-Opitz-Str. 18 13357 Berlin www.authentisch-wirtschaften.de
Eigentümer:	Johanna Paul
Branche:	Unternehmensberatung
Anzahl MitarbeiterInnen:	keine
Jahresumsatz:	n/a (Unternehmen im Sommer 2012 erst gegründet)

Tätigkeitsbereich

Das Beratungsunternehmen wurde im Sommer 2012 als freiberufliche Tätigkeit als Unternehmensberaterin mit Schwerpunkt auf Organisationsentwicklung, Change Management und Coaching zur Begleitung von beruflichen und persönlichen Veränderungsprozessen gegründet. Zielgruppe sind kleinere und mittlere Unternehmen sowie Organisationen aus dem Non-for-Profit Bereich. Im besonderen Fokus stehen Unternehmen, die sich nachhaltig / gemeinwohlorientiert aufgestellt haben bzw. sich in diese Richtung entwickeln möchten.

Die bisher mehrheitlich praktizierte Form des Wirtschaftens und Arbeitens gerät in den letzten Jahren zunehmend in die Kritik und hat in vielen Bereichen auch ihre Grenzen des Erfolgs erreicht bzw. bereits überschritten. In letzter Zeit ist dennoch eine Entwicklung spürbar, dass es zunehmend Unternehmer gibt, die es wagen, neue Ansätze von Unternehmertum auszuprobieren und sich hierbei im Wesentlichen an den drei Säulen der Nachhaltigkeit orientieren. Obwohl es sich hier noch um eine Minderheit und eher kleine bis mittelgroße Unternehmen handelt, ist feststellbar, dass viele von ihnen keineswegs scheitern, sondern durchaus sehr erfolgreich sind.

Was momentan zu beobachten ist, lässt sich optimistisch als den Beginn eines großen Change-Prozesses beschreiben, weg von einem ausschließlich an Profit orientiertem Wirtschaften und hin zu einem stärker sinnorientierten Wirtschaften. Diesen Prozess möchte ich als Expertin für Change-Management und Organisationsentwicklung unterstützen, indem ich Organisationen, die sich auf diesen Weg begeben, darin begleite und stärke. Dabei möchte ich mich bewusst auf kleine und mittlere Unternehmen konzentrieren, da aus meiner Erfahrung die ganz großen zu schwerfällig und

in zu großen Abhängigkeiten verstrickt sind, als dass sie tatsächlich als Pioniere vorangehen könnten.

Dienstleistungsschwerpunkte sind:

- die Entwicklung von Strategien und Visionen
- die Steuerung und Begleitung des Veränderungs- und Entwicklungsprozesses
- die aktive Beteiligung aller Interessengruppen
- begleitende interne Kommunikationsmaßnahmen
- die Einführung von Prozessen zur kontinuierlichen Weiterentwicklung
- Coaching von Führungskräften und Einzelpersonen

Authentisch Wirtschaften

Als authentisch gilt, wenn unmittelbarer Schein und eigentliches Sein in Übereinstimmung befunden werden, d.h. wenn ich meine inneren Haltungen kenne und ihnen mit meinem Handeln Ausdruck verleihe.

Authentisch zu wirtschaften bedeutet, als Unternehmer und als Unternehmen so zu handeln, wie es den eigenen inneren Haltungen tatsächlich entspricht.

Konkret heißt das:

- Sich (wieder) auf den eigentlichen Zweck der unternehmerischen Tätigkeit besinnen
- Die eigenen Werten und Haltungen im Arbeitsalltag zu leben
- Sich von vermeintlichen Zwängen und Erwartungen zu lösen
- Die Produkte und Dienstleistungen danach zu gestalten, was als sinnvoll und nützlich angesehen wird
- Als Unternehmen nach außen so aufzutreten, wie es den inneren Überzeugungen entspricht

Selbsteinschätzung und Negativkriterien später Testat mit Punkten

Selbsteinschätzung des Unternehmens. Das ist eine Übersicht für die Fremdeinschätzung durch externes Audit oder Peer-Evaluation. Diese Seite kann durch das Testat ersetzt werden.

		Selbst- Einschätzung
A1	Ethisches Beschaffungsmanagement	35%
B1	Ethisches Finanzmanagement	49%
C1	Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung	47%
C2	Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit	100%
C3	Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen	50%
C4	Gerechte Einkommensverteilung	
C5	Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz	
D1	Ethisches Verkaufen	30%
D2	Solidarität mit Mitunternehmen	25%
D3	Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen	34%
D4	Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen	16%
D5	Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards	33%
E1	Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte/ Dienstleistungen	38%
E2	Beitrag zum Gemeinwesen	85%
E3	Reduktion ökologischer Auswirkungen	34%
E4	Minimierung der Gewinnausschüttung an Externe	
E5	Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung	39%

Negativkriterien

Das Ausfüllen des Excel-Sheets als GWÖ-Bilanz ist freigestellt. Daher muss zumindest einmal bestätigt werden, dass das Unternehmen keines der Negativkriterien erfüllt. Das wird durch Ankreuzen bei „Kann ich bestätigen“ belegt oder durch ein kurzer Satz am Anfang des Berichtes: „Hiermit bestätige ich, dass ich keines der Negativkriterien erfülle.“

	Kann ich bestätigen	Kann ich nicht bestätigen
Keine Verletzung der ILO-Arbeitsrechtenormen/ Menschenrecht	x	
Keine Menschenunwürdige Produkte	x	
Keine Beschaffung bzw. Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen	x	
Keine feindliche Übernahme	x	
Keine Sperrpatente	x	
Keine Dumpingpreise	x	
Keine massive Umweltbelastungen für Ökosysteme	x	
Keine groben Verstöße gegen Umweltauflagen (z.B. Grenzwerte)	x	
Keine geplante Obsoleszenz	x	
Keine Ungleichbehandlung von Frauen und Männern	x	
Kein Arbeitsplatzabbau oder Standortverlagerung trotz Gewinn	x	
Keine Unternehmen in Steueroasen	x	
Keine Eigenkapitalverzinsung über 10%	x	
Offenlegung alle Beteiligungen und Tochterunternehmen	x	
Keine Verhinderung eines Betriebsrates	x	
Offenlegung aller Finanzflüsse an Lobbyisten und Lobby-Organisationen/ Eintragung ins Lobbyregister der EU	x	

Genauere Beschreibung der einzelnen Kriterien

A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSWESEN

Regionale, ökologische und soziale Aspekte / höherwertige Alternativen werden berücksichtigt:

Als kleines Dienstleistungsunternehmen habe ich wenig Bedarf an Beschaffungen, ich versuche bei allen Zukäufen regionale, soziale und ökologische Aspekte zu berücksichtigen: Ich arbeite von zu Hause, d.h. mein „Büro“ ist in meiner Wohnung.
Hier beziehe ich 100% Ökostrom von Lichtblick. Lichtblick ist einer der wenigen Energielieferanten in Deutschland, die sich zu 100% auf erneuerbare Energien konzentrieren und die auch die Abkehr von fossil-atomarer Energie politisch mit vorantreiben. Heizung erfolgt über Fernwärme und hat daher eine recht gute Energiebilanz.
Büromaterial kaufe ich lokal ein. Ich nutze ausschließlich Recycling-Papier.
Mein Laptop ist ein Mac und daher nicht als ethisch hochwertig einzustufen, ich kenne bisher einfach keine wirklich guten Alternativen.
Mein Drucker hat den „Energy Star“ für geringen Energieverbrauch und den „blauen Engel“. Er kann außerdem beidseitig drucken, was mir wichtig war.
Bücher kaufe ich immer in lokalen Buchhandlungen, ich meide große Ketten und bestelle nie über Amazon

Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken zugekaufter P/D und Prozesse zur Sicherstellung:

Ich setze mich vor notwendigen Anschaffungen gezielt mit den verfügbaren Alternativen auseinander und versuche, die ethisch beste Variante zu bekommen. Zur Informationsbeschaffung nutze ich das Internet und tausche mich auch im Bekanntenkreis aus, wer Tipps zu ethischen Produkten hat. Ich achte darauf, ob die Produkte Zertifikate haben und auch welche das sind und welche Kriterien sich dahinter verbergen (z.B. Übersicht über Bio und Fair Zertifikate in der „Enorm“ im Herbst 2012).

Strukturelle Rahmenbedingungen zur fairen Preisbildung:

Ethische Kriterien stehen an erster Stelle bei der Wahl der Produkte, der Preis ist nachrangig. Bestimmte Lieferanten wie z.B. Amazon, Discounter nutze ich grundsätzlich nie. Langfristige Beziehungen ziehe ich kostenorientierten Beziehungen vor. Da ich jedoch kaum Beschaffung habe, gibt es auch nicht wirklich feste Lieferantenbeziehungen mit entsprechenden strukturellen Rahmenbedingungen.

B1 ETHISCHE FINANZDIENSTLEISTUNGEN

Ethisch-ökologische Qualität des Finanzdienstleisters

Mein Konto habe ich bei der GLS Bank. Ich halte auch Mitgliedschaftsanteile bei der GLS Bank, so dass ich die Entwicklung mitgestalten kann. Die GLS Bank ist eine Genossenschaftsbank und vollständig ethisch-ökologisch ausgerichtet, allerdings hat sie in 2011 eine geringe Gewinnausschüttung eingeführt (2-4%), daher haben wir uns hier in Berlin geeinigt, sie nicht mit 100% zu werten.

Gemeinwohlorientierte Veranlagung

Ich habe zwei Bausparverträge bei der BHW Bausparkasse. Die nutze ich, um etwas Geld anzusparen, falls ich mal größere Anschaffungen machen muss. Die BHW fördert zwar Photovoltaikanlagen, ist jedoch nicht explizit ethisch ausgerichtet und gehört zur Postbank (gar nicht ethisch).

Außerdem habe ich eine „fondsgebundene Rentenversicherung“ als Absicherung für das Alter abgeschlossen. Hier habe ich einen Fonds gewählt, der ausschließlich nach ethischen Kriterien orientiert ist („Sarasin Oekosar Portfolio“ der Swiss Life).

Vom Volumen machen die Bausparverträge ca. 40%, der Ökofonds ca. 60% der Gesamtsumme aus.

Gemeinwohlorientierte Finanzierung

Ich nehme bisher überhaupt keine Fremdfinanzierung in Anspruch, sondern finanziere mich ausschließlich aus eigenen Einnahmen.

C1 ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GLEICHSTELLUNG

Arbeitsplatzgestaltung

Mein Arbeitsplatz ist in meiner Wohnung und von mir selbst gestaltet. Er ist teilweise ergonomisch (gute Höhe des Bildschirms, kein Flimmern, Platzierung seitlich vom Fenster, so dass Licht optimal einfällt). Allerdings habe ich noch keinen Stuhl, in dem man auch mal die Sitzposition ändern kann. Mein Entspannungsraum mit gemütlichem Sofa ist direkt nebenan. Im Sommer kann ich mich auch auf meinen schönen Balkon setzen. Fast direkt vor der Haustür beginnt ein Spazierweg an der Panke (kleiner Bach) entlang, den ich gerne nutze, um etwas Bewegung zu bekommen. Da ich keine Kunden zu Hause empfangen, ist eine behindertengerechte Einrichtung nicht notwendig. Perspektivisch werde ich mir einen Coachingraum organisieren müssen, momentan mache ich jedoch noch keine.

Physische Gesundheit und Sicherheit

Das größte gesundheitliche Risiko in meinem Beruf ist allgemeiner Bewegungsmangel, zu langes Sitzen und zu langes Starren auf den Bildschirm mit allen damit verbundenen gesundheitlichen Problematiken. Ich versuche dem entgegenzuwirken, indem ich bewusst spätestens alle 2 Stunden unterbreche, aufstehe und etwas anderes tue. Außerdem fahre ich (außer im tiefsten Winter) zu allen Terminen mit dem Fahrrad. Ich achte sehr auf gesunde Ernährung und koche mir gern selbst Mahlzeiten aus frischen Zutaten. Ich mache mindestens einmal pro Woche Sport und gehe im Winter einmal pro Woche in die Sauna.

Psychische Gesundheit

Das größte Risiko in Hinblick auf psychische Gesundheit sehe ich für mich in Stress. Ich halte daher konsequent meine Abende und Wochenenden frei von Arbeit und checke da auch nicht meine Mails. Im Rahmen meiner Ausbildung zur systemischen Beraterin habe ich auch Weiterbildung in Persönlichkeitsentwicklung gemacht. Auch nehme ich bei Bedarf selbst Coaching in Anspruch (bisher 2 Mal über je ca. 3 Monate). Seit gut einem Jahr nehme ich an einem sogenannten „Erfolgsteam“ teil, eine Gruppe von 4 Gründerinnen, die sich in einem strukturierten Prozess gegenseitig unterstützen und supervidieren (Treffen: 1 Mal pro Monat à 2 Stunden ergibt 3 volle Tage pro Jahr). Zusätzlich habe ich in 2012 noch einen 2-Tages-Workshop im Rahmen meiner GWÖ-Beraterausbildung gemacht und einen 1-Tages-Workshop im Rahmen meiner Qualifizierung als EFQM-Assessorin (bei diesen beiden Workshops standen jedoch fachliche Themen im Vordergrund).

Selbstorganisation, Zufriedenheit am Arbeitsplatz, Sinnstiftung

Ich habe vor meiner Selbständigkeit in einem großen Konzern gearbeitet und musste mich dort ständig „verbiegen“. Es ist für mich daher ein großes Bedürfnis, dass ich nun so arbeiten kann, wie ich es als sinnvoll empfinde. Um dies zu erreichen, habe ich sehr viel Zeit in den Aufbau meiner Tätigkeit gesteckt und darauf verzichtet, möglichst schnell irgendwelche Aufträge zu akquirieren. Ich kann meine Arbeit vollständig selbst organisieren und inhaltlich nach meinen Vorstellungen gestalten.

C2 GERECHTE VERTEILUNG DES ARBEITSVOLUMENS

Senkung der Normalarbeitszeit

Meine Normalarbeitszeit lag 2012 bei etwa 30 Stunden pro Woche, davon ca. 20 – 40% Ehrenamt im Rahmen der Gemeinwohl-Ökonomie. Die geringe Stundenzahl war möglich, weil mein Unternehmen noch im Aufbau war und ich noch kaum Kunden hatte. Ich strebe jedoch an, dass auch in 2013 die Vollarbeitszeit nicht höher als 35 Stunden werden soll.

Erhöhung des Anteils der Teilzeit-Arbeitsmodelle

Da ich ein EPU bin, steht mir als einziger Mitarbeiterin natürlich die Möglichkeit von Teilzeit zu. Um über die Einstellung von weiteren Mitarbeitern nachzudenken, ist es viel zu früh. Bevor ich selbst zu viel arbeite, wird das jedoch die erste Wahl sein.

C3 FORDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITERINNEN

Ernährung während der Arbeitszeit

Ich ernähre mich überwiegend vegetarisch, wenn ich mal Fleisch esse, dann nur aus biologischer und artgerechter Tierhaltung. Wenn ich Fisch kaufe, achte ich darauf, dass er entweder aus nachhaltigem Wildfang oder aus ökologischer Aquakultur stammt. Auch alle anderen Lebensmittel kaufe ich zu 95% biologisch ein und wo immer möglich zusätzlich auch regional und saisonal. Zweimal in der Woche gibt es einen kleinen Markt in der Nähe, den ich gern in meiner Mittagspause aufsuche, um frisches Obst und Gemüse zu kaufen. Ich nehme mir morgens Zeit für ein gemütliches Frühstück und mache jeden Tag eine Mittagspause. Entweder koche ich mir selbst etwas in der Mittagspause oder ich gehe zu einer kleinen Künstlerkantine um die Ecke, die sehr guten Mittagstisch aus frischen Zutaten anbietet (Suppen, Eintöpfe, Pasta, Risotto, Salate). Wenn ich unterwegs bin, gehe ich zur Mittagspause ebenfalls eine Kleinigkeit essen; die Auswahl an leckerem, gesundem Essen ist in Berlin unerschöpflich.

Mobilität zum Arbeitsplatz

Mein Arbeitsplatz ist bei mir zu Hause, so dass ich gar keine Anfahrt habe. Wenn ich mich mit KollegInnen treffe oder zu GWÖ-Treffen fahre, benutze ich das Fahrrad. Über die Wintermonate, wenn ich nur wenig Fahrrad fahre, habe ich eine Monatskarte und benutze die öffentlichen Verkehrsmittel. Ein Auto besitze ich nicht.

Organisationskultur und Awareness:

Ich setze mich schon fast mein ganzes Leben mit ökologischen und sozialen Fragen auseinander. Die Beschäftigung mit der GWÖ hat für viele Aspekte mein Bewusstsein noch mal erweitert und ich lerne ständig Neues dazu. Früher habe ich beispielsweise mit Begeisterung in den ersten großen Bio-Supermärkten eingekauft. Inzwischen bevorzuge ich die kleinen Bio-Geschäfte und Märkte, die frische Ware direkt aus der Region anbieten.

Ökologischer Fußabdruck

Mein ökologischer Fußabdruck beträgt nach „footprint-deutschland.de“ 3,58 g Hektar.

C4 GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS

(nicht relevant, da EPU)

C5 INNERBETRIEBLICHE DEMOKRATIE UND TRANSPARENZ

(nicht relevant, da EPU)

D1 ETHISCHES VERKAUFEN

Institutionalisierung (Verankerung im Unternehmen)

Ich habe mich selbständig gemacht, weil ich nicht mehr gegen meine eigenen Überzeugungen arbeiten wollte. Daher ist es inhärenter Bestandteil meines Unternehmenskonzeptes, mit meiner Beratungstätigkeit einen aktiven Beitrag zur Erhöhung von Sinnstiftung und alternativem Wirtschaften zu leisten. Ich habe dafür den Begriff „authentisches Wirtschaften“ geprägt, unter dem auch meine Homepage und mein Claim laufen. Da mein Unternehmen noch in der Aufbauphase ist, wird dieses Konzept im Laufe der Zeit noch ausgearbeitet werden.

Umfang Ethisches Marketing

Marketing besteht bei mir in erster Linie in der Gestaltung meiner Homepage und im Aufbau und der Pflege von Netzwerken. Auf meiner Homepage stelle ich explizit meine Ausrichtung weg von einer Orientierung an Kurzfrist-Profiten und hin zu einem an Kooperation und Sinnstiftung orientierten Wirtschaften dar. Bei meinen Netzwerken geht es mir darum, Kooperationen mit Organisationen und Einzelpersonen aufzubauen, die in ähnliche Richtungen denken. Diese Kooperationen werden dann gemeinschaftlich vermarktet, z.B. über unsere jeweiligen Homepages oder über gemeinsam organisierte Infoveranstaltungen (Beispiel: Aufbau der GWÖ in Berlin-Brandenburg, Aufbau „Institut für Selbstorganisation“, Seminarentwicklung „Unternehmensverantwortung und Legitimität“).

Schulungen für ethischen Verkauf

Explizite Schulungen zum Thema „Ethisches Verkaufen“ habe ich noch nicht besucht. Im Rahmen meiner Ausbildung zur GWÖ-Auditorin habe ich mich jedoch intensiv mit den dahinter liegenden Aspekten auseinandergesetzt.

Alternative Bonifikationen

Trifft auf mich als EPU nicht zu. Da ich keine MitarbeiterInnen habe, gibt es auch keine Bonifikationen.

Umfang der KundInnen-Mitbestimmung

Meine Grundhaltung ist systemisch-konstruktivistisch, d.h. sie basiert auf der Überzeugung, dass niemand eine so gute „Lösung“ finden kann, wie der Kunde selbst. Meine Aufgabe ist es, meine Kunden bei der Lösungsfindung zu begleiten, ihnen neue Perspektiven anzubieten und dafür zu sorgen, dass das gesamte „System“ eingebunden wird. Insofern wird jede

Dienstleistung maßgeblich vom Kunden mitgestaltet; von der Formulierung des genauen Auftrages bis zur Form der Umsetzung.

D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

Offenlegung von Informationen & Weitergabe von Technologien

Meine Angebote und die Grundausrichtung meines Unternehmens sind auf der Homepage transparent dargestellt. Im Austausch mit KollegInnen und in meinen Netzwerken stelle ich mein Wissen und meine Erfahrungen allen zur Verfügung. Mehr gibt es momentan noch nicht zu veröffentlichen, da das Unternehmen erst noch aufgebaut wird.

Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen und Finanzmitteln, kooperative Marktteilnahme

Viele meiner Dienstleistungsangebote entwickle ich zusammen mit KooperationspartnerInnen (z.B. „Institut für Selbstorganisation“, Seminar „Unternehmensverantwortung und Legitimität“, Konzept für GWÖ Peer-Bilanzierung) und biete diese dann auch gemeinschaftlich an. In der GWÖ achten wir gemeinsam darauf, dass die Aufträge gerecht unter den KollegInnen verteilt werden. Für die Weitergabe von Arbeitskräften bin ich zu klein als Unternehmen und für die Weitergabe von Finanzmitteln brauche ich erst noch die dazu notwendigen Einnahmen.

Kooperatives Marketing

Massenmediale Werbung kommt allein schon aufgrund der Tatsache, dass ich ein EPU bin, gar nicht in Frage. Da meine Grundausrichtung auf Kooperationen baut, unternehme ich auch die Meisten Marketingmaßnahmen gemeinschaftlich (Infoveranstaltungen, Präsentation gemeinsamer Produkte auf der Homepage).

D3 ÖKOLOG. GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Effizienz, Resilienz & Konsistenz der Produkte / Dienstleistungen

Hinsichtlich Ressourcen- und Energieverbrauch sowie Vermeidung kritischer Substanzen, sind meine Dienstleistungen sehr ökologisch. Um sie anzubieten benötige ich nur meinen Laptop, ein Telefon und einen Drucker. Im Vergleich mit „klassischen“ Unternehmensberatungen (Accenture, Roland Berger, etc.) bin ich deutlich höher einzustufen, da diese hoch aufwändige und energieintensive Dienstleistungen anbieten (Management Veranstaltungen mit mehreren hundert Personen und viel „Brimborium“, um Change Prozesse anzustoßen und zu begleiten). Im Vergleich mit anderen Beratungs-EPUs liege ich eher nur leicht über dem Durchschnitt, weil ich auf prestigeträchtige Ausstattung verzichte (Dienstwagen, technische Spielzeuge, teures Outfit, etc.).

Suffizienz

Unter Suffizienz fallen in meiner Branche vor allem zwei Aspekte:

Erstens die Gefahr, dass mehr Beratungsleistung als notwendig verkauft wird. Der Berater fängt dann oft an, dem Unternehmen Arbeit abzunehmen, die eigentlich intern geleistet werden könnte / sollte. Dadurch können sich Aufträge über Jahre hinziehen und Unternehmen in eine Art Abhängigkeit vom Berater fallen. Ich habe bisher noch keine Aufträge, die ein solches Potential mit sich bringen, bin mir jedoch dieser Gefahr bewusst.

Zweitens geht es für mich darum, inwiefern die Dienstleistungen ökologisches und nachhaltiges Verhalten beim Kunden fördern und stärken. Darauf sind meine Dienstleistungen explizit ausgerichtet. Kunden, bei denen ich den Eindruck habe, dass sie nur eine „hübsche Fassade“ zu Marketingzwecken aufbauen möchten, aber keine wirkliche Veränderungen, möchte ich nicht beraten. Das ist für mich ein klares Ausschlusskriterium.

Kommunikation ökologischer Aspekte

Da die Veränderung eines Unternehmens hin zu einer nachhaltigeren Ausrichtung expliziter Bestandteil meines Unternehmenskonzeptes ist, findet grundsätzlich immer Kommunikation zu ökologischen und sozialen Aspekten statt. Einen konkreten Feedbackprozess zur Entwicklung dieser Aspekte beim Kunden habe ich noch nicht ausgearbeitet.

D4 SOZIALE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Berücksichtigung ökonomischer Barrieren in der Kundensphäre

Ich habe verschiedene Tagessätze, die sich nach der Größe / Umsatz des Unternehmens richten, das ich berate. Für die GWÖ liegen die Sätze noch mal niedriger. Mit Unternehmen, die sich auch meine niedrigeren Sätze nicht leisten können, handele ich gern weitere Sonderkonditionen aus. Aufgrund mangelnder Kundschaft in 2012 kann noch mit keinen Anteilen der Gruppen am Umsatz aufwarten.

Barrierefreier Zugang zu und Gestaltung von Produkten / Dienstleistungen

Da meine Dienstleistungen vor Ort beim Kunden erbracht werden, sind sie barrierefrei, was physische Behinderungen anbetrifft. Eine Ausarbeitung für Seh- oder Hörbehinderte gibt es bisher noch nicht, wäre jedoch mit entsprechendem „Dolmetscher“ durchaus möglich. Meine Website ist bisher noch nicht für Menschen mit reduziertem Sehvermögen ausgestattet und momentan auch nur in einer Sprache verfügbar.

Prozesse und Maßnahmen bezüglich ethischer Risiken und sozialer Aspekte in der Kundensphäre

Ich habe mich auf kleine und mittelständische Unternehmen fokussiert, weil ich die Vorgehensweisen in den großen Konzernen bedenklich finde und eine Beratung, wie ich sie

leisten möchte, dort oft nicht umsetzbar ist. Auch bei den kleineren Unternehmen achte ich darauf, dass bestimmte ethische Grundhaltungen vorhanden sind. Diese können dann im Beratungsprozess weiter entwickelt und ausgebaut werden.

D5 ERHÖHUNG DES SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS

Kooperation mit MitbewerberInnen und PartnerInnen der Wertschöpfungskette

In allen Partnerschaften streben wir gemeinsam die Erhöhung ethischer Werte in der Beratung und der Ausgestaltung unserer Dienstleistungen an. Dazu gehört, Unternehmen nicht „abhängig“ zu machen, sondern sie im Gegenteil dahin zu führen, dass sie zukünftig bestimmte Prozesse alleine steuern können. Dazu gehört ebenfalls die Einbindung von ethischen Grundwerten in alle unsere Dienstleistungen und der Anspruch, diese auch in die Unternehmen reinzutragen, die wir beraten. Diese Aspekte werden auf der Homepage und in der direkten Kundenkommunikation transparent dargestellt.

Aktiver Beitrag zur Erhöhung legislativer Standards

Ich bin seit knapp 1,5 Jahren aktiv in der GWÖ engagiert, habe die Regionalgruppe Berlin-Brandenburg mit aufgebaut, bin in mehreren Arbeitskreisen aktiv und in Ausbildung zur Auditorin und zur Beraterin. Die Inhalte und Aspekte der GWÖ gehen weit über meine eigene Branche hinaus, da sie für die gesamte Wirtschaft gestaltet werden. Da wir jedoch noch eine junge Bewegung sind, haben wir noch keine relevanten Lobbygruppen erreicht oder Gesetzesinitiativen formuliert.

Reichweite, inhaltliche Breite und Tiefe

Alle wesentlichen sozialen und ökologischen Aspekte sind durch meinem Engagement in der GWÖ abgedeckt und ich betrachte dies auch als inhärenten Bestandteil meiner Unternehmenspositionierung, indem ich mein eigenes Unternehmen an diesen Kriterien messe und sukzessive weiter entwickeln möchte. Die Reichweite ist noch eher im Anfangsstadium zu bewerten, da ich erst beginne, mein Unternehmen aufzubauen und zu gestalten.

E1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE / DIENSTLEISTUNGEN

Unternehmensinterne Prozesse

Die Bewertung der Sinnhaftigkeit und gesellschaftlichen Wirkung meines Leistungsangebotes erfolgte im Rahmen der Ausarbeitung meines Business Plans. Mein

berufliches Ziel ist es, einen Beitrag zu alternativem Wirtschaften leisten. Eine institutionalisierte Überprüfung ist noch nicht eingerichtet.

Welche positiven Nutzen oder negative Folgewirkungen entstehen direkt oder indirekt durch die Produkte / Dienstleistungen

Meine Dienstleistungen erfüllen positiven Nutzen für die Gesellschaft in mehreren Bereichen: In der Beratung / im Coaching von Einzelpersonen unterstütze ich diese, sich persönlich weiterzuentwickeln, ihre Potentiale voll zu entfalten und die Selbstwirksamkeit zu erhöhen.

In der Unternehmensberatung entstehen indirekte positive Wirkungen dadurch, dass Unternehmen nach der Beratung wertschätzender mit ihren Mitarbeitern umgehen, die Interessen von Berührungsgruppen in ihre Prozesse und Produkte mit einbeziehen und insgesamt nachhaltiger wirtschaften.

Da ich nicht mit ethisch bedenklichen Kunden arbeite, können indirekte negative Folgewirkungen (z.B. Stärkung eines Waffenproduzenten) ausgeschlossen werden.

Kulturverträglichkeit

Mein Angebot zielt auf eine Förderung von sinnstiftendem, kooperativem und nachhaltigem Wirtschaftsverhalten ab. Es befriedigt weder Statusbedürfnisse noch birgt es andere Nutzungsgefahren. Im Vergleich zu anderen Beratungsunternehmen stufe ich mich als deutlich über dem Durchschnitt ein, denn es gibt nur wenige Berater, die sich so explizit mit einer ethischen Grundhaltung positionieren und dem Anspruch, die Welt zumindest ein wenig verbessern zu wollen.

Naturverträglichkeit:

Meine Dienstleistungen sind ökologisch unbedenklich und werden auch bei höherer „Nutzungsintensität“ nicht bedenklich. Überdurchschnittlich sind sie nur im Vergleich mit den etablierten Unternehmensberatungen.

E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

Leistungen

Ich spende jedes Jahr kleinere Beträge an soziale Einrichtungen und Vereine (z.B. Cargo Human Care, Giordano-Bruno-Stiftung). Mein größerer Beitrag zum Gemeinwesen erfolgt jedoch über ehrenamtliches Engagement. Allein in der Gemeinwohlökonomie habe ich in 2012 im Schnitt 5-10 Stunden pro Woche ehrenamtliche Arbeit geleistet. Darüber hinaus

habe ich seit 2010 eine ehrenamtliche Vormundschaft für einen unbegleiteten minderjährigen Flüchtling übernommen, die noch bis 2014 läuft (dann wird das Mädchen volljährig). Das sind im Schnitt auch etwa 1-2 Stunden pro Woche.

Das ehrenamtliche Engagement bei der GWÖ ist im Wesentlichen Struktur- und Aufbauarbeit und ist hoffentlich von nachhaltiger Wirkung. Die ehrenamtliche Vormundschaft hat mit Sicherheit eine nachhaltige Wirkung, da hier über mindestens 4 Jahre eine Beziehung aufgebaut wird und diese nach der Volljährigkeit bestimmt weiterbestehen wird.

E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

Absolute Auswirkungen

Die ökologischen Auswirkungen für mein EPU ohne wesentliche Produktionsprozesse halten sich in Grenzen. Im Wesentlichen geht es um Energieverbrauch, Mobilitätsaufwand und Ressourcenverbrauch.

Ich wohne und arbeite in einem Mehrfamilienhaus aus den 50iger Jahren, das daher eher schlecht gedämmt ist. Allerdings wurde meine Wohnung gerade erst von Grund auf renoviert, was auch neue, gut gedämmte Fenster und Balkontüren beinhaltet hat. Heizung erfolgt über Fernwärme, die eine eher gute Energieeffizienz hat. Ich beziehe 100% Ökostrom und versuche beim Neukauf von Geräten möglichst energiesparende Produkte zu kaufen (Kühlschrank, Drucker, Fernseher, etc.). Alle Stand By Geräte werden ausgeschaltet wenn ich sie nicht gerade nutze.

Für alle meine Fahrten von und zu Terminen mit Kunden oder Partnern, nutze ich entweder das Fahrrad oder öffentliche Verkehrsmittel. Ein Auto besitze ich nicht. Bei Anfahrten zu weiter entfernten Zielen (z.B. Weiterbildungen, GWÖ Generalversammlung, etc.) nutze ich die Bahn.

Ich verwende Produkte möglichst langfristig und ersetze sie erst, wenn sie kaputt sind. Auch bei Technologien habe ich nicht die neuesten Sachen, sondern kaufe erst dann neue Produkte, wenn diese sich am Markt bewährt haben und einen wirklichen Mehrwert bringen, den ich auch benötige (z.B. habe ich immer noch kein Smartphone, fange jetzt erst an, mich mit einem Kauf zu beschäftigen, da es als Selbständige tatsächlich sinnvoll ist).

Relative Auswirkungen

In den Bereichen Mobilität und Ressourcenschonung (langfristige Produktnutzung), liege ich deutlich über dem Durchschnitt, Im Bereich Energieeffizienz wahrscheinlich nur leicht über dem Durchschnitt.

Management und Strategie

Ich habe ein hohes Bewusstsein für ökologische Auswirkungen und versuche, mich auch ständig zu verbessern. Hier ist vor allem auch der Austausch mit GWÖ-KollegInnen sehr hilfreich, weil ich da immer wieder neue Impulse bekomme. Kennzahlen erhebe ich bisher noch nicht. In größerem Umfang macht es für mein kleines Unternehmen auch keinen Sinn, jedoch für einige Grundwerte (Stromverbrauch, Fahraufwand, etc.) könnte ich es mir zukünftig vorstellen.

E4 MINIMIERUNG DER GEWINNAUSSCHÜTTUNG AN EXTERNE (Für EPU nicht relevant)

E5 GESELLSCHAFTL. TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG

TRANSPARENZ

Inhaltlicher Umfang

Meine unternehmerische Ausrichtung, die unterliegende Werthaltung sowie meine Angebote sind auf der Homepage transparent dargestellt.

Weitere Informationen zur Geschäftstätigkeit sind momentan nicht dargestellt, weil es hierzu noch keine Informationen gibt.

Reichweite Berührungsgruppen

Momentan findet die Kommunikation nach außen noch überwiegend über die Homepage statt, eine dezidierte aktive Kommunikationspolitik gibt es noch nicht.

Reichweite Standorte

Da ich nur einen Standort habe, betrifft die Transparenz alle Standorte.

GWÖ Bericht

Mit der vorliegenden Arbeit existiert ein detaillierter GWÖ-Bericht, den ich auch auditieren lasse. Da hier jedoch nur das Jahr 2012 betrachtet wird, werde ich nur die Vorarbeit dazu als erste Schritte.

MITBESTIMMUNG

Art der Mitbestimmung

Über die KundInnen hinaus (die in D ausführlich behandelt wurden), gibt es für mein kleines Beratungsunternehmen kaum Berührungsgruppen, die ich einbinden könnte. Am ehesten trifft dies noch auf die GWÖ-Tätigkeiten zu. Hier stellen wir gemeinsam Mitbestimmungsmöglichkeiten sicher, indem wir regelmäßig zu offenen Treffen und Infoveranstaltungen einladen, auf denen gemeinsam diskutiert wird und alle ihre Anregungen einbringen können. Diese Veranstaltungen sind offen auch für Nicht-Mitglieder. Alle, die interessiert sind, können sich als aktives Mitglied in die konkrete Gestaltung der GWÖ vor Ort einbringen. In diesem Rahmen wird konsensual entschieden.

Umfang der Mitbestimmung

Auch dies trifft wieder nur für den Teilbereich GWÖ zu. Hier gibt es immer wieder umfassende Mitbestimmungsprozesse in den einzelnen Arbeitskreisen, in den Mitgliedsversammlungen und in den Open Spaces.

Umfang einbezogener Berührungsgruppen

Die einbezogenen Berührungsgruppen gehen für die Unternehmensberatung bisher nicht über die Kunden hinaus. Bei der GWÖ beginnen wir, Berührungsgruppen, wie z.B. Handwerkskammer, IHK und ähnlich Verbände zu kontaktieren.

AUSBLICK

KURZFRISTIGE ZIELE

- + Externe Auditierung des GWÖ Berichtes
- + Veröffentlichung des GWÖ Berichtes auf der Homepage

LANGFRISTIGE ZIELE

- + Aufbau meiner Geschäftstätigkeit basierend auf den Grundwerten der GWÖ
- + Systematische und kontinuierliche Verbesserungen in einzelnen Kriterien, sobald der „Laden läuft“

BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ

Den GWÖ Bericht habe ich selbständig erstellt.

Ulrike Häußler, meine Kollegin in der Auditorenausbildung hat ihn gegengelesen und Feedback gegeben, das ich eingearbeitet habe.

Erstellungszeitraum: März 2013

Erstellungsaufwand: ca. 20 Stunden

Auditierungszeitraum: April / Mai 2013

Datum: 08. Mai 2013
