

---

# GEMEINWOHL-BERICHT

## UNTERNEHMEN

DIKE ENTWICKLUNG SOZIALER SYSTEME

Kornblumenweg 18

50354 Hürth

[info@dike-online.de](mailto:info@dike-online.de)

[www.dike-online.de](http://www.dike-online.de)

Inhaberin: Dagmar Löffler, geb. 23. März 1962

Branche: Organisationsentwicklung, Projektentwicklung, Personaltraining, Mediation, Netzwerkberatung und –management für KMU Betriebe , Sozialwirtschaft und NGO

Anzahl der MitarbeiterInnen: keine festangestellten MitarbeiterInnen

Zusammenarbeit in einem breiten Netzwerk

## TÄTIGKEITSBEREICH

DIKE Entwicklung Sozialer Systeme wurde am 1. November 2004 von Dagmar Löffler als Einzelunternehmen gegründet.

*„DIKE ist die griechische Göttin der Gerechtigkeit. Sie versammelte im goldenen Zeitalter die Menschen auf dem Marktplatz, um mit ihnen zu diskutieren, was rechtens sei.“*

DIKE steht als Synonym für das Angebot an KMU Betriebe, Unternehmen der Sozialwirtschaft, Existenzgründer, Einzelpersonen und Netzwerke. In Zusammenarbeit mit den Netzwerkpartnern bietet DIKE:

- Organisationsentwicklung insbesondere in Kleinst-, Klein- und Mittelständigen Unternehmen
- Projekt-, und Prozessgestaltung sowie deren Leitung zu unterschiedlichen Themen des demographischen Wandels
- Existenzgründungsberatung
- Training von sozialen, persönlichen und methodischen Kompetenzen, um „miteinander-leisten“ zu unterstützen.

- Netzwerk-, und Kooperationsmanagement

Mein Angebot richtet sich an alle Branchen der lokalen Ökonomie sowie Unternehmen oder Institutionen der Sozialwirtschaft und Organisationen des öffentlichen Dienstes. Ich möchte Kunden erreichen, mit denen ich Prozesse und Rahmenbedingungen kultivieren kann, die ganzheitliche, nachhaltige und sinnhafte Entwicklung für sich, die Mitarbeiter/innen, Gesellschaft und Umwelt anstreben.

## DAS UNTERNEHMEN UND GEMEINWOHL

Für DIKE und damit für mich als Unternehmensinitiatorin ist Entwicklung Sozialer Systeme Programm und Kern des Angebotes. Mit Sozialen Systemen sind Gemeinschaften gemeint, die in „gemeinsamer Verantwortung zueinander und zur Gesellschaft, miteinander und füreinander Leistungen erbringen“. Ein nachhaltig lebensfördernder Umgang mit unseren natürlichen Ressourcen ist dabei stets im Bewusstsein. Mein Engagement für eine gemeinwohlorientierte Gesellschaftskultur zieht sich durch meine gesamte bisherige Lebens- und Berufsbiographie. Seit März 2012 studiere ich berufsbegleitend den Master of Community Development an der Hochschule München.

Mit der Verbindung zur Gemeinwohl-Ökonomie Bewegung möchte ich zur Transformation unseres Wirtschafts- und Gesellschaftssystem beitragen. Dabei ist für mich von besonderer Bedeutung

- Wirtschaftsprozesse aufzubauen, die ökologische und soziale Herstellungsbedingungen berücksichtigen.
- Regionale und lokale Versorgung sicherstellen und Erwerbstätigkeit fördern.
- Vielfalt in ökologischer, sozialer und wirtschaftlicher Hinsicht ermöglichen.
- die erhaltende Bewirtschaftung der Lebensgrundlagen zu sichern
- die gesellschaftlichen Teilhabe verwundbarer Gruppen und Regionen zu unterstützen
- Gemeinschaftsentwicklung zu unterstützen
- Unser soziales Miteinander zu gestalten

Mein Engagement bei der Gemeinwohl-Ökonomie:

- Seit August 2011 bin ich Mitglieder der GWÖ Regionalgruppe Köln.
- Seit 2012 habe ich die Koordination der Regionalgruppe übernommen.
- Seit Feb. 2013 bin ich GWÖ Beraterin

## SELBSTEINSCHÄTZUNG UND NEGATIVKRITERIEN SPÄTER TESTAT MIT PUNKTEN (ODER ALS ANHANG)

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

**Testat siehe Anhang.**

### 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 bestätigen wir, dass wir keines der Negativkriterien erfüllen.“

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

# GENAUE BESCHREIBUNG DER EINZELNEN KRITERIEN

## A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSWESEN

2-3 aussagekräftige Aussagen zu jedem Kriterium

Kriterien	Erste Schritte (1-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbildlich (61-100%)
Berücksichtigung regionaler, ökologischer und sozialer Aspekte bzw. höherwertiger Alternativen (45%-65%)	punktuell bei klassischen Risikoprodukten (Öko-Strom)	bei einigen wesentlichen P/ D	bei einem Großteil an wesentlichen P/D  + klare Reduktion bei kritischen Stoffe ohne höherwertige Alternative	bei allen wesentlichen, zugekauften P/D  + Innovative Lösungen zur Vermeidung kritischen Stoffe ohne höherwertige Alternative
Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken zugekaufter P/D und Prozesse zur Sicherstellung (25%-45%)	Interne Auseinandersetzung durch aktives Einholen von Informationen zu mit der Thematik  Integration sozialer und ökologischer Aspekte in das Vertragswesen (Code of Conduct / Ethik-Kodex)	Internes Audit bei Risiken und wichtigsten Lieferanten  Schulungen (Seminare, Workshops, Zeitbudgets für ExpertInnen-gespräche) aller Mitarbeiter im Einkaufsprozess	Regelmäßige Evaluierung von Risiken und Alternativen  Sicherstellung durch unabhängiges Audit (z.B.: nach soz./ ökol. Gütesiegeln zertifizierte P/D, Kooperation mit NGOs)	Kooperation mit LieferantInnen und MitunternehmerInnen hinsichtlich sozialer und ökologischer Aspekte
Strukturelle Rahmenbedingungen zur fairen Preisbildung (10%)	Verzicht auf rein preisgetriebene Beschaffungsprozesse (u.a. Auktionen, Ausschreibungsverfahren)  Kein vom Einkaufspreis abhängiges Bonus-system für Einkäufer	Langfristige, kooperative Beziehung werden wechselnden, kostenorientierten vorgezogen	Evaluierung des Verhaltens der Einkäufer durch regelmäßige Mitarbeitergespräche mit Fokus auf die Herausforderungen die sich durch eine ethische Beschaffung ergeben	Innovative Strukturen im Beschaffungswesen (z.B.: Partizipation an Alternativwährungs konzepten, etc.)

Ich nutze unterschiedlichste Dienstleistungen, um die eigene Beratungsleistung anbieten zu können. Zu den betriebswirtschaftlich zehn relevantesten Dienstleistern zählen:

- Die Bahn zu 50% meiner Reisetätigkeit genutzt
- Suzuki Splash, Diesel, Kooperationsmodell mit Opel, ca. 5.6 l. Diesel Verbrauch
- Diverse Tankstelle zu 50% meiner Reisetätigkeit genutzt
- Handyprovider

- Literaturbeschaffung vorwiegend über Amazon
- online Druckerei
- Büromaterial
- Steuerberater
- Grafik Designerin
- Redakteurin/Texterin

Die Grafik Designerin, die Redakteurin handeln in ihrer Geschäftsführung nach gemeinwohlorientierten Kriterien. Mit allen dreien besteht ein enge und vertraute Beziehung. Sie sind nicht GWÖ zertifiziert oder ausgezeichnet mit einem anderen Nachhaltigkeitslabel.

Ich nutze zu mehr als 50% meiner Geschäftsreisen öffentliche Verkehrsmittel.

<p>Entwicklungsraum:</p> <p>Büromaterial bei Memo oder einem lokalen Anbieter einkaufen.</p> <p>Nutzung eines lokalen Buchhandels in Hürth.</p> <p>Informationen über Handyprovider,</p> <p>GWÖ Druckerei nutzen</p> <p>Kooperation mit GWÖ Unternehmen aufbauen.</p>
---

## B1 ETHISCHE FINANZDIENSTLEISTUNGEN

2-3 aussagekräftige Aussagen zu jedem Kriterium

Kriterien	Erste Schritte (1-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbildlich (61-100%)
Ethisch-ökologische Qualität des Finanzdienstleisters (15-30%)	Konventionelle Bank mit eigenen ethisch-ökolog. Finanzprodukten (<5% am Kredit- bzw. Sparvolumen) Keine Involvierung in kritische Projekte <sup>1</sup>	Konventionelle Bank mit einer breiten Palette ethischer Finanzprodukte (>5% am Kredit bzw. Sparvolumen)	Mehrheitlich auf ethisch-ökologische Finanzdienstleistungen spezialisierte Bank	Ausschließlich ethisch-ökologischer Finanzdienstleister
Gemeinwohl-orientierte Veranlagung (50-70%)	Sicherstellung einer das Gemeinwohl nicht verletzenden Veranlagung <sup>2</sup>	Mehrheitliche Veranlagung in ethisch-ökologische Projekte <sup>3</sup> + Verwendung von	Ausschließliche Veranlagung in ethisch-ökologische Projekte + Teilweiser	+ Vollständiger Zinsverzicht im Fall von Veranlagungen

<sup>1</sup> Als Quelle zur Recherche zu großen Finanzinstituten kann u.a. Banktrack ( [www.banktrack.org](http://www.banktrack.org) ) dienen

<sup>2</sup> z.B. durch transparente Finanzierungspolitik der Bank, Definition klarer Ausschlusskriterien etwa an Hand des Frankfurt Hohenheimer Leitfadens, Mitunternehmen, KundInnen, LieferantInnen, etc.

<sup>3</sup> z.B. Kredite für ethisch-ökologische Projekte, Investition in erneuerbare Energien, thermische Sanierung, gemeinwohl-orientierte Forschung und Entwicklung,

		Kapitalerträgen für soziale / ökologische Investitionen	Zinsverzicht bei Veranlagungen	
Gemeinwohl-orientierte Finanzierung (15-30%)	Keine Eigenkapitalfinanzierung über Kapitalgeber ohne Mitarbeit im Unternehmen <sup>4</sup> Verankerung des ethischen Finanz-Managements im Unternehmens-leitbild	Versuch der Finanzierung über Berührungsgruppen <sup>5</sup> oder aus Bankkredit aus nicht Gewinn ausschüttender Bank Verankerung in Unternehmens-aktivitäten <sup>6</sup>	Erfolgreicher Beginn der Finanzierung über Berührungsgruppen oder aus Bankkrediten, die zu teilverzichteten Zinsen führen	Zinsfreie Finanzierung überwiegend mithilfe von Berührungsgruppen oder Bankkrediten, die zu keinen Sparzinsen mehr führen

DIKE ist ein Einzelunternehmen.

Die wirtschaftliche Aktivität beruht auf 100% Eigenkapital. Mit dem erwirtschafteten Gewinn wird der eigene Lebensunterhalt bestritten, die Ausbildung meiner beiden Kinder unterstützt, jährlich in die eigene Weiterbildung investiert, gemeinnützige Institutionen unterstützt (wenn es mir möglich ist), eine Reise in eine mir fremde Kultur finanziert. Das wirtschaftliche Handeln ist nicht auf „Steuersparmodelle“ ausgerichtet. Steuern zahle ich in der Hoffnung, dass sie dem Gemeinwohl dienen.

DIKE arbeitet mit öffentlichen Fördergeldern, z.B. Gründungscoaching Deutschland, Fördergelder, Bildungsscheck NRW,...

DIKE arbeitet mit nachstehenden Finanzdienstleistern zusammen:

- KSK Köln (seit 1978)
- GLS seit 2010 – alle Anlagen sind dorthin gebündelt

Entwicklungsraum:

- 100% Umstellung auf Öko-, und Sozialbanken bis Ende 2013.
- Genossenschaftsanteile der GLS Bank erwerben und aktive Beteiligung an den Generalversammlungen ermöglichen.
- Weitere Genossenschaftsanteile erwerben.

## C1 ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GLEICHSTELLUNG

2-3 aussagekräftige Aussagen zu jedem Kriterium

<sup>4</sup> z.B. Begebung von handelbaren Aktien; Beteiligung stiller GesellschafterIn mit Intention der Vorbereitung einer Aktienemission

<sup>5</sup> Mitarbeiter- und Bürgerbeteiligung (z.B.: lokale Bürgerbeteiligungen im Bereich nachhaltiger Energie); die Partizipation an Regionalwährungskonzepten kann ebenfalls hierunter positiv berücksichtigt werden

<sup>6</sup> z.B.: Ethik-Schulung der Mitarbeiter im Finanz-Controlling; themenbezogenen Info-Veranstaltung für Mitarbeiter, etc.

Kriterien	Erste Schritte (0-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbildlich (61-100%)
Arbeitszeiten (20%) (Freiwillig und selbstbestimmt, nicht betrieblich verordnet)	Flexible Arbeitszeiten und Teilzeitmodelle	Flexible Arbeitszeiten und Teilzeitmodelle + durch Mitbeinbeziehung der MA	+ Aktive zeitliche Entlastung durch Kinderbetreuung (z.B. Betriebskindergarten, Tagesmütter-/väter)	Völlige Selbstorganisation der Arbeitszeit (Arbeitseinteilung nach Ergebnisvereinbarung)
Arbeitsplatzgestaltung (10%) (für EPU 20%)	Alle Arbeitsplätze ergonomisch (z.B. Beleuchtung, Raumklima, etc.);	+ behindertengerecht (barrierefreier Zugang zu allen Räumen); + Zusätzliche Möglichkeiten für die freie Wahl des eigenen Arbeitsortes (z.B. Homeoffice) + zusätzliche Räume für Entspannung und Bewegung (z.B. Grünflächen, Ruheraum)		
Physische Gesundheit und Sicherheit (10%) (für EPU 20%)	Gesundheitspräventionsprogramme und Sensibilisierungsmaßnahmen (Workshops und Vorträge; 2 T.p.a.)	+ (beginnend) Aktive Förderung gesunde Ernährung; z.B. keine Automaten mit Fast Food, sondern Bio-Körbchen	+ Individuelle Angebote durch Gesundheitsberat., freiwillige Vorsorgeuntersuchung bzw. Sportprogramme	+ (Erfahren) Bio-Küche bzw. Verpflegung (ev. durch Selbstversorgungsmöglichkeit o. Kochen mit „Profi“
Psychische Gesundheit (15%) (für EPU 30%)  Tageszahlen = pro Mitarbeiter, pro Jahr. Inhalten tw. austauschbar	<b>Ein Tag:</b> MA-Veranstaltungen zur Entwicklung von Teamfähigkeit und fallweise Bearbeitung einzelner Anliegen (z.B. Supervision, Coaching)	<b>Zwei Tage:</b> regelmäßige Workshops bzw. Schulungen für soziale Kompetenz (z.B. Konfliktmanagement, GFK) und zu Gesundheit (z.B. Stressabbau)	<b>Drei Tage:</b> Workshops zur Weiterbildung (soziale Kompetenzen, Persönlichkeitsentwicklung und Einrichtung von Konfliktlotsen und/oder MediatorInnen	<b>Vier Tage:</b> Weiterbildung für Persönlichkeitsentwicklung und soziale Kompetenzen
Selbstorganisat., Zufriedenheit am Arbeitsplatz, Sinnstiftung (15%) (für EPU 30%)	Mitbestimmung und Einbezug bei der Gestaltung der Aufgaben (im Team)	+ Mitarbeiterbefragung (1x p.a.) zur Arbeitsplatz- und Vertrauenskultur + Maßnahmen zur Förderung der Enthierarchisierung (2-3 Hierar.ebenen)	Mitbestimmung der Gestaltung von Aufgaben, Führung und Gehältern; Jobrotationen und Jobenrichment durch gezielte Weiterbildung	Selbstorganisation Mitgestaltung d. Vision, Unternehmensstrategie, Ziele Arbeitsverteilung. (1 Hierarchieebene, werteorientiert)
Gleichstellung und Gleichbehandlung von Mann und Frau (20%)	Gender- und Diversity-Schulungen; Installierung einer genderverantwortlichen Person (ab 5 MA:). Jobangebote diskriminierungsfrei; Vielfalt am Arbeitspl.	+ Erstellung eines Gleichstellungsberichts inkl. entsprechender Maßnahmen wie die gezielte Förderung von Frauen und Väterkarenz + (F) Gender Budgeting (inkl. Offenlegung aller Gehälter/Löhne und Mitbestimmung aller MA bei den Gehältern); Gleichbehandlungs-Beauftragte (1 Pers. bis zu/auf 25 MA) + 50 % Frauenanteil in Führungspositionen; Gezielte Weiterentwicklung und Weiterbildung der FK (2 Tage p.a./p.p.)		
Benachteiligte (z.B. Menschen mit Behinderung, MigrantInnen, Langzeitarbeitslose) (10%)	Verpflichtende Schulungen zu Thema Anti-Diskriminierung; Angepasste Personalsuche (Vielfalt); Teilerfüllung der gesetzlichen Quote (über 2%)	+ Bestandteil der Unternehmensstrategie Aufnahme von Personen o. Kooperationen zur Unterstützung; Erfüllung der gesetzlichen Quote (= keine Ausgleichszahlungen) + Schulungen im Umgang mit spezifischen Bedürfnissen; Übererfüllung der gesetzlichen Quote; Kooperationen mit NGO's mit aktiven Projekten. + Schaffung von zusätzlichen Möglichkeiten der Aufnahme von MA, spez. Programme für benacht. Gruppen, inhärenter		

Geschäftssitz von DIKE Entwicklung Sozialer Systeme ist seit dem 1.1.2013 in Hürth, NRW. Die Büroräume sind in einer Einliegerwohnung, die Teil eines Eigenheims ist. Alle Räume sind ebenerdig.

Der Bildschirmarbeitsplatz ist weitestgehend nach ergonomischen Kriterien ausgestattet. Auf Grund der hohen Reisetätigkeit, arbeite ich ausschließlich mit einem Laptop. Zur Unterstützung der Körperhaltung ist ein externer Bildschirm angeschlossen. Zum körperlichen Ausgleich der vielen Sitztätigkeit werden Sitzball, Swopper und Bürostuhl benutzt. Eine Terrasse ist vorhanden und kann genutzt werden.

Skulpturen und Kunst von Stephan Guber, Nidder inspirieren eine kreative Arbeitsatmosphäre.

#### **Gesundheit:**

Eine Mittagspause mit einer vollwertigen Mahlzeit seit 2010 zu 80% eingehalten.

In der aktiven Zusammenarbeit mit Netzwerkpartnern wird ebenso auf eine Mittagspause mit ausgewogener Ernährung Wert gelegt.

Zu 50% wird mittags ein Balance-Kurzschlaf gehalten. Bewegungsarme und zu lange Schreibtischtage werden durch Fußmärsche und Fahrrad fahren ausgeglichen. Hier ist jedoch noch viel Entwicklungsraum auszuschöpfen.

#### **Weiterbildung:**

Eine (fast jährliche) Weiterbildung wird im Investitionsplan berücksichtigt und umgesetzt.

2009: Coaching mit dem Inneren Team, 3 Bausteine á 2 Tage

2011: Projektentwicklerin für Bürger Energie Genossenschaften, 3 x 3 Tage Präsenzphase, Online Aufgaben, Teamarbeiten in der Zwischenzeit und Einzelaufgaben.

Seit 2012- 2015: Berufsbegleitender europäischer Masterstudiengang: Gemeinwesen, Lokale Ökonomie, Quartiersmanagement. Kosten: ca. 6600,00 Euro zuzügl. Reisekosten, Unterkunft, Verpflegung, Verdienstausschlag, Urlaubsausfall

#### **Arbeitszeit:**

Berufliche und private Interessensbereiche überschneiden und ergänzen sich häufig. Die Selbstständigkeit ermöglicht mir eine selbstbestimmte Arbeitszeitgestaltung. Arbeitszeiten am Abend werden nach Möglichkeit durch einen späteren Arbeitsbeginn ausgeglichen.

Arbeitsphasen und Telefonkonferenzen mit Netzwerkpartnern finden bei Bedarf zu familienfreundlichen Zeiten z.B. nach 19 Uhr statt, insbesondere in den Ferien, wenn die Kinder von ihrem Vater betreut werden oder schlafen.

Das Studium braucht seit 2012 sehr viel zeitliche und geistige Kapazität. Da es mein Wunsch ist und mich das Studium sehr bereichert, erlebe ich das Arbeitsaufkommen als bereichernd.

In 2010 und 2011 habe ich sechs Wochen Urlaub gemacht. In 2012 drei Wochen.



Entwicklungsraum:

- Bewusste Unterscheidung zu Studienzeiten, Engagement in Netzwerken, GWÖ, etc..

## C2 GERECHTE VERTEILUNG DES ARBEITSVOLUMENS

2-3 aussagekräftige Aussagen zu jedem Kriterium

Kategorie	Erste Schritte (0-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbildlich (61-100%)
Senkung der Normalarbeitszeit (75%)	Reduktion von Verträgen mit Überstundenpauschale um 50%; im Jahresschnitt maximal 10 Überstunden pro BeschäftigteR/Monat	Reduktion von Verträgen mit Überstundenpauschale um 75%; im Jahresschnitt maximal 5 Überstunden pro BeschäftigteR/Monat	Keine Verträge mit Überstundenpauschale mehr; keine Überstunden im Jahresschnitt je BeschäftigteR	Die durchschnittliche Arbeitszeit ist um 10% niedriger als die Branchenarbeitszeit oder maximal 38,5 Stunden
Erhöhung des Anteils der Teilzeit-Arbeitsmodelle (bei voller Bezahlung) (25%)	Erste Neueinstellungen aufgrund des Abbaus von Überstunden; bis 10% der MitarbeiterInnen können Teilzeit in Anspruch nehmen	Neueinstellungen äquivalent zum Abbau von Überstunden; bis 25% der MitarbeiterInnen können Teilzeit in Anspruch nehmen	Neueinstellungen äquivalent zum von Abbau von Überstunden; bis 50% der MitarbeiterInnen können Teilzeit in Anspruch nehmen	Neueinstellungen aufgrund allgemeiner Arbeitszeitverkürzung ; mehr als 50% der MitarbeiterInnen können Teilzeit in Anspruch nehmen

DIKE ist in ein individuell aufgebautes Netzwerk eingebunden, um gemeinsam ein umfassendes Leistungsangebot anbieten und umsetzen zu können. Das Netzwerk wird genutzt, um Arbeitsteilung zu ermöglichen, Entlastung herzustellen und Existenzsicherheit zu unterstützen. Das Netzwerk ist nicht institutionalisiert. Es handelt sich um meine Verbindung zu unterschiedlichen Leistungsanbietern aus der Beratungs-, und Dienstleistungsbranche.

Die Arbeitszeit ist um min. 10% wegen des Studiums verringert unter Hinnahme finanzieller Konsequenzen.

Mitarbeiter/innen können zurzeit nicht eingestellt werden.

Entwicklungsraum C2:

- Detaillierte Arbeits-, Studien-, und Engagementzeiterfassung

## C3 FORDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITERINNEN

2-3 aussagekräftige Aussagen zu jedem Kriterium

Kategorie	Erste Schritte	Fortgeschritten	Erfahren	Vorbildlich
-----------	----------------	-----------------	----------	-------------

	(1-10%)	(11-30%)	(31-60%)	(61-100%)
<b>Betriebsküche / Ernährung während der Arbeitszeit</b>	Erste Ansätze zur Förderung nachhaltiger Ernährungsmuster (z.B.: Angebot einer Vegetarische Option)	Klares Bekenntnis im Unternehmen zu nachhaltige Ernährungs-gewohnheiten (deutlich reduzierter Konsum tierischer Produkte)	Ernährung mehrheitlich vegetarisch-vegan  + Lebensmittel vorwiegend lokal, saisonal und biologisch	Ernährung großteils vegetarisch-vegan  + Lebensmittel vorwiegend lokal, saisonal und biologisch
<b>Mobilität zum Arbeitsplatz: Anreizsysteme / tatsächliches Verhalten</b>	Erste Ansätze zu einer nachhaltigen Mobilitätspolitik (z.B.: Finanzielle Anreizsysteme für die Benutzung ÖPNV; festgelegte Dienstwagenpolitik:< 130 g CO <sup>2</sup> / km)	Konsequente nachhaltige Mobilitätspolitik: (z.B.: wenn keine ÖPNV verfügbar: Aktives Car Sharing Angebot; Mitarbeiter-Parkplätze nur für Car Sharing)	Mehrheit der MitarbeiterInnen benutzen ÖPNV / Bus / Zug / Rad / Car Sharing	Nahezu alle MitarbeiterInnen benutzen ÖPNV / Rad / Car Sharing
<b>Organisationskultur, Awareness und unternehmensinterne Prozesse</b>	Punktuelle Thematisierung ökologischer Aspekte (z.B.: Newsletter, etc.)  Geschäftsführung „lebt“ ökologisches Verhalten vor (z.B.: kein prestigeträchtiger Dienstwagen)	Punktuelle Integration ökologischer Aspekte in Weiterbildungsprogramme  Mitarbeiter werden in ökologische Belange einbezogen (regelmäßige Thematisierung, Info-Veranstaltungen, etc.)	Regelmäßige Integration ökologischer Aspekte in Weiterbildungsprogramme  Mitarbeiter werden regelmäßig in ökol. Entscheidungsprozesse einbezogen	Awareness-programme für jedeN MitarbeiterIn (z.B.: Regelmäßige Erhebung zum / Thematisierung des ökologischen Verhaltens; Footprint-Workshops)  Innovative Ansätze: z.b.: „grüne Sozialleistungen“
<b>Ökologischer Fußabdruck der Mitarbeiter (EPU / KMU) <sup>7</sup></b>	< 5 ha / MitarbeiterIn	< 4 ha / MitarbeiterIn	< 3 ha / MitarbeiterIn	< 1,8 ha / MitarbeiterIn

Ökologisches Verhalten ist mir ein zentraler Wert. Dies zeigt sich im Einkauf von Materialien, Umgang mit Ressourcen, Müllentsorgung, etc. Gespräche und Austausch zu diesen Themen finden kontinuierlich statt auch wenn noch viele Möglichkeiten eines bewussten ökologischen Verhaltens nicht ausgeschöpft werden. Genutzt wird die Bahn, der Öffentliche Nahverkehr und das Fahrrad. Zurzeit werden ca. 80 % aller Fernverkehrstrecken mit der Bahn zurückgelegt.

Mein ökologisches Bewusstsein wird über die Arbeit mit der GWÖ Bilanz und GWÖ MitunternehmerInnen gefördert.

#### Entwicklungsraum C3:

- Nutzungsverhältnis Auto – Bahn kontrollieren.

<sup>7</sup> Für EPU und KMU kann die Berechnung der Teilbereiche Ernährung und Mobilität des ökologischen Fußabdruckes, wenngleich dieser auf Privatpersonen ausgelegt ist, als Annäherung für das tatsächlich ökologische Verhalten in diesen Sparten dienen. Rechner für den ökologischen Fußabdruck: <http://www.mein-fussabdruck.at>

- Fair Trade und ökologische Kleidung eruiieren und nutzen

#### C4 GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS

2-3 aussagekräftige Aussagen zu jedem Kriterium

Kategorie	Erste Schritte (1-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbildlich (61-100%)
Innerbetriebliche Einkommensspreizung (40%)	innerbetriebliche Einkommensspreizung beträgt max. 1:10	innerbetriebliche Einkommensspreizung beträgt max. 1:7	innerbetriebliche Einkommensspreizung beträgt max. 1:5	innerbetriebliche Einkommensspreizung beträgt max. 1:3
Institutionalisierung (10%)	Transparenz der niedrigsten und höchsten Einkommen	Living Wages <sup>8</sup> an allen Standorten	Zielsetzung Maximalspreizung, Mindest- und Höchstlöhne	Umsetzung aller Ziele inkl. GINI-Messung <sup>9</sup>
Mindesteinkommen (25%)	Keine der Einkommen bei voller Arbeitszeit unterschreitet 1.250 Euro oder living wage			
Höchsteinkommen (25%)	Kein Einkommen bei voller Arbeitszeit überschreitet das Zehnfache des landesüblichen Mindestlohnes			

Trifft nicht zu.

<sup>8</sup> Löhne/Gehälter, die einen menschenwürdigen Lebensstandard sichern, der alle wichtigen Grundbedürfnisse deckt: [http://en.wikipedia.org/wiki/Living\\_wage](http://en.wikipedia.org/wiki/Living_wage)

<sup>9</sup> Der Gini-Koeffizient ein statistisches Maß zur Darstellung von Ungleichverteilungen. Je höher der Gini-Koeffizient, desto ungleicher ist die Einkommensverteilung.

## C5 INNERBETRIEBLICHE DEMOKRATIE UND TRANSPARENZ

2-3 aussagekräftige Aussagen zu jedem Kriterium

Kategorie	Erste Schritte (1-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbildlich (61-100%)
<b>Grad der Transparenz</b> (10%)	Erste Maßnahmen zu mehr Transparenz	Einige kritische <sup>10</sup> Daten transparent	Wesentliche kritische Daten transparent	Alle Daten transparent, für jeden Mitarbeiter abrufbar
<b>Legitimierung der Führungskräfte (FK)</b> (20%)	Anhörung/ Konsultation bei Bestellung neuer FK	Vetorecht bei der Bestellung neuer FK, Test: – 25% gewählt	Mehr als 75% regelmäßig gewählt	100% regelmäßig gewählt
<b>Mitbestimmung bei Operativen Grundsatz/ Rahmen Entscheidungen</b> (30%)	Anhörung/ Konsultation + Begründung, Konzept demokrat. Mitbestimmung vorhanden	Testphase, - 25% der Entscheidungen demokratisch, teilweise konsensual	25-75% der demokratisch, davon mind. 25% konsensual	76-100% demokratisch, davon mind. 50% konsensual
<b>Mitbestimmung bei Gewinnbeteiligung der Mitarbeiter (MA)</b> (10%)	Konzept für Gewinnbeteiligung der MA vorhanden + Testphase	25% des Gewinns wird konsensual verteilt	26-75% des Gewinns wird konsensual verteilt	Der gesamte Gewinn wird konsensual verteilt
<b>Mit-Eigentum der MA/ unabhängige Stiftungen</b> (30%)	1-24% des Betriebes Eigentum bei MA	Sperrminorität (ab 25%)	Überwiegend d.h. > 50%	Ganz, z.B. MitarbeiterInnen-Stiftung

Trifft nicht zu.

<sup>10</sup> Kritische Daten sind z.B. die Protokolle der Führungsgremien, Gehälter, Interne Kostenrechnung, Entscheidungen über Einstellungen/ Entlassungen

## D1 ETHISCHES VERKAUFEN

2-3 aussagekräftige Aussagen zu jedem Kriterium

Für alle Unternehmen gültig:

Kategorie (je 20%)	Erste Schritte (1-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbildlich (61-100%)
<b>Institutionalisierung (Verankerung im Unternehmen)</b>	Erstes Grundkonzept + Testphase	Umfassende Strategie, Gesamtausrichtung, Richtlinien vorhanden	Umsetzung der Strategie zu 100%, Richtlinien werden sanktioniert	Mehrjährige Praxis und Weiterentwicklung
<b>Umfang Ethisch. Marketing</b>	Grundkonzept und Testphase	Mehr als 10% des Marketing Budgets	Mehr als 25% des Marketing Budgets	Mehr als 50% des Marketing Budgets
<b>Schulungen für Ethisch. Verkauf/ Marketing</b>	Info-Veranstaltung für alle MitarbeiterInnen	Mind. 2 Tage für >50% der Beteiligten	Jeder Verkäufer hat mind. 2 Tage Schulung	Jeder Verkäufer > 2 Tage Schulung, regelmäß. Supervision
<b>Alternative zu Provisionszahlg. Verkauf/Marketing</b>	Grundkonzept und Testphase	Grundgehalt unabhängig vom Verkaufszahlen	+ alternative Kennzahlen z.B. Kundenzufriedenheit	Länger als drei Jahre praktiziert
<b>Umfang der KundInnen-Mitbestimmung, z.B. KundInnenbeirat/ gemeinsame Produktentwicklg</b>	Erste Maßnahmen zum Beirat angedacht, + Pilotprojekte gemeinsame Produktentwicklg	Beirat vorhanden, Transparenz der Ergebnisse + bis 25% der Produkte gemeinsame Produktentwicklung	Beirat = Umsetzung der Empfehlungen bis 50% + bis 50% gemeinsame Produktentwicklung	Beirat Umsetzung bis 75%, mind. monatliche Treffen + bis 75% gemeinsame Produktentwicklung

Nur für Unternehmen mit Waren im Einzelhandel/ für Endverbraucher:

Kategorie (je 10%)	Erste Schritte	Fortgeschritten	Erfahren	Vorbildlich
<b>Produkttransparenz <sup>11</sup></b>	Produkttransparenz über dem Branchendurchschnitt	Produkttransparenz weit über dem Branchendurchschnitt	Umfassend, nach einheitlichen Branchen Standards + Verknüpfung GWÖ-Bericht	Über mehrere Jahre hinweg erfolgt
<b>Zusammenarbeit mit Verbraucherschutz</b>	Vereinzelte Gespräche	Regelmäßige Gespräche, Beauftragter vorhanden	+ aktive und konstruktive Zusammenarbeit	Über mehrere Jahre hinweg erfolgt
<b>Reklamationswesen + unabhängige Beschwerdestelle + positive Service-Maßnahmen</b>	Passiv: Erste Konzepte + Testphase, mind. Hotline	Aktiv: Beschwerdestelle vorhanden, einfaches Reklameprocedere, umfassende Servicemaß.	Proaktiv: + Sanktionsmaßnahmen bei Beschwerden + transparentes Reporting	Über mehrere Jahre hinweg vorhanden

Die letzten drei Kriterien gelten nur für Unternehmen, die Produkte über den Einzelhandel an EndverbraucherInnen anbieten. Dann gelten die oberen fünf Kriterien jeweils 14% (5x14=70%), die andere drei jeweils 10%.

<sup>11</sup> Damit sind Angaben über Inhaltstoffe, Schadstoffe, Gefahren und Benutzerhinweise nach den höchsten verfügbaren Standards gemeint.

Beratungsaufträge basieren auf individuellen Absprachen und Angeboten. Der Prozess ist:

1. Kennenlerngespräch mit Auftragsklärung und Angebotserstellung = kostenfrei.
2. Beratung; Honorar zwischen 80, 00 und 125 Euro/Stundenhonorar
3. Fördermittelberatung für Beratungs-, und Schulungsleistungen = Kostenfrei
4. Prozessdokumentation = je nach Umfang
7. Auswertungsgespräch (falls gewünscht) = kostenfrei

Ausnahmen: Konzepterstellung = 1-2 Beratertage, bei Auftragserstellung 50% Gutschrift  
Berücksichtigung unternehmensspezifischer Fakten, Beispiele, Strukturen = Berechnung der Vorbereitungszeit zu x Beratertagen (abhängig vom Auftrag).

Dokumentation über kurzes Ergebnisprotoll mit Fotodokumentation hinaus = x Beratertage (abhängig vom Aufwand).

Auswertungsworkshop = x Beratertage (abhängig vom Aufwand)

Das Honorar wird mit jedem Kunden individuell ausgehandelt. Beim Kunden sowie bei mir und meinen Netzwerkpartner/innen wird ein Gefühl der Fairness angestrebt. In vielen Verhandlungen rege ich an, die Vereinbarung mit dem Kopf und dem Bauch zu bewerten. Soziale Projekte werden zu einem geringeren Stundenhonorar, zu einer Aufwandsentschädigung oder ganz kostenfrei durchgeführt. Das ist jedoch nur begrenzt möglich.

Die Beratung beinhaltet eine sorgfältige Ergebnisdokumentation, die Erstellung von nutzungsfreundlichen Handlungsplänen, mit dem Ziel, dass der Kunde unabhängig agieren kann.

Aufklärung über die rechtlichen Möglichkeiten des Kunden, auch im Verhältnis zum Berater/zur Beraterin z.B. Kündigungsmöglichkeiten bei Potenzialberatungen.

Trainings werden mit differenzierter Beschreibung angeboten. Fördermöglichkeiten (Bildungsscheck, BAFA Schulungen) werden berücksichtigt und ermöglicht. Ausgehändigt wird eine Teilnahmebescheinigung, Feedbackbögen, Fotodokumentation, Handouts.

Netzwerkmanagement und -beratung:

1. Kennenlerngespräch mit Auftragsklärung und Angebotserstellung = kostenfrei.
2. Netzwerkmanagement; Stundenhonorar zwischen 40,00 und 80,00 Euro
3. persönliche oder telefonische Rücksprache (falls erforderlich) = kostenfrei.
4. Beratung und Workshop; Stundenhonorar zwischen 80, 00 und 125 Euro/Stundenhonorar
6. Der monatlichen Rechnung wird eine differenzierte Leistungserfassung beigelegt.

Ausnahmen: Projektfördermittelberatung = Honorar nach Aufwand

Umfang der KundInnen-Mitbestimmung, z.B. KundInnenbeirat/ gemeinsame Produktentwicklung

- Feedbackbögen nach Schulungen und Trainings werden immer zur Verfügung gestellt und ausgewertet
- Auswertungsgespräche mit dem Kunden werden geführt
- Gespräche über neue Angebote mit vertrauten Kunden werden gesucht.

Entwicklungsraum:

- Veröffentlichung der anonymisierten Feedbackergebnisse.

D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

2-3 aussagekräftige Aussagen zu jedem Kriterium

Kategorie	Erste Schritte (1-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbildlich (61-100%)
Offenlegung von Informationen + Weitergabe von Technologie (25%)	Offenlegung finanzieller und technischer Information	Umfassende Offenlegung von Kostenkalkulation, Bezugsquellen und Technologie	Zusätzlich: Kostenlose Weitergabe einzelner Technologien	vollständige Transparenz und Open source-Prinzip
Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen, ... kooperative Marktteilnahme (50%)	Kooperation nur auf Anfrage	Kooperation in Randbereichen des Geschäfts	Kooperation im gesamten Geschäftsbereich	+ Beteiligung an kooperativer Marktteilnahme
Kooperatives Marketing (25%)	Verzicht auf Schlechtmachung der Konkurrenz	Verzicht auf massenmediale Werbung (TV, Radio, Plakate)	Mitaufbau eines gemeinsamen Produktinformationssystem (PIS)	Mittragen der Brancheninitiative für ethisch-kooperatives Marketing

Wie schon erwähnt, arbeite ich mit unterschiedlichen Netzwerkpartnern in konkreten Auftragssituationen zusammen. Darüber hinaus nehme ich an Netzwerken zum Wissens-, und Erfahrungsaustausch teil. Die Kultur der Zusammenarbeit zeichnet sich aus durch:

- Informationen, Literaturhinweise, Konzepte, Methoden, Übungen werden innerhalb des Netzwerkes weitergegeben.
- Weitergabe von Informationen und Materialien von Veranstaltungen, die aus Zeitgründen nicht selber besucht werden konnten.
- Berücksichtigung der individuellen Lebens- und Arbeitssituation in der Absprache von Arbeitsterminen, Kundenterminen, Verteilung von Arbeitspaketen.

- Weitergabe von Aufträgen, wenn sie aus zeitlichen Gründen nicht selber durchgeführt werden können oder der Netzwerkpartner über vertieftes fachliches Know how verfügt.
- Zinsfreie Kredite aus Privatvermögen habe ich bisher dreimal vergeben. Individuelle Vereinbarungen zu Rückzahlungen wurden getroffen.
- Gemeinsame Imagekarte für „Netzwerkadministration“ mit zwei weiteren Netzwerkpartnerinnen wurde erstellt.
- Aufnahme der Netzwerkpartner/innen auf der Internetseite mit Kurzdarstellung des Leistungsprofils, der Kontaktdaten und Bild.
- Das Angebot einer persönlichen Beratung wird unter Berücksichtigung des individuellen Kontextes (auch unter Einsatz professioneller Coaching- und Beratungsmethode) in persönlichen oder beruflichen Krisensituationen angeboten und auch angenommen.

Entwicklungsraum:

- Einrichten eines Sharepoints bzw. einer gemeinsamen Datenplattform, um Informationen und Arbeitsmaterialien allen zur Verfügung stellen zu können.
- Initiierung geisteswissenschaftlich – philosophischer Arbeitstreffen (1mal im Quartal) zur Weiterentwicklung von Wirtschafts-, Gesellschafts-, und Beratungsmodellen. Kunden auch mit einbeziehen.



## D3 ÖKOLOG. GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

2-3 aussagekräftige Aussagen zu jedem Kriterium

Kriterien	Erste Schritte (1-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbildlich (61-100%)
EFFIZIENZ & KONSISTENZ: Produkte / Dienstleistungen sind im ökol. Vergleich zu MitwerberInnen bzw. Alternativen mit vergleichbarem Nutzen (40-70%)	sind durch einen im Vergleich geringeren ökologischen Fußabdruck bzw. durch erste Ansätze einer überdurchschnittlichen, ökologische Gestaltung gekennzeichnet	Das Unternehmen verfügt über eine klare, nachvollziehbare Strategie und erkennbare Maßnahmen zur Ökologisierung der Produkte / Dienstleistungen	P / D weit über Branchendurchschnitt (z.B.: BAT = Best Available Technology; )	P / D branchenführend (z.B.: Cradle-to-Cradle)
SUFFIZIENZ: Aktive Gestaltung für eine ökol. Nutzung und suffizientem Konsum (20-40%)	Das Unternehmen setzt sich mit nicht-suffizienten / potentiell schädlichen Anwendungsgebieten seiner P / D <sup>12</sup> aktiv auseinander (z.B.: interne Analyse der eigenen Produkte / Dienstleistungen)  Produkte sind nicht widersprüchlich zu einem suffizienten Lebensstil	Erste Maßnahmen für suffiziente Lebensstile (Anwendung von Ausschlusskriterien, P/D für ökologisch orientierte Absatzmärkte)	Das Unternehmen fördert eine nachhaltige Nutzung aktiv durch bessere Konditionen und Services (z.B.: (Preisvorteile, Anreizsysteme, längere Gewährleistung, kostengünstige Reparatur)	Umfassende Förderung eines ökologisch suffizienten Kundenverhaltens: (Preisvorteile & Anreiz-systeme; Reparatur, Wiederverwendung und gemeinschaftliche Nutzung wesentlicher Bestandteil des Geschäftsmodells)
KOMMUNIKATION Aktive Kommunikation ökologischer Aspekte den KundInnen gegenüber (10%-20%)	Das Unternehmen weist aktiv auf höherwertige Alternativen (auch bei MitwerberInnen) hin	Explizite und umfassende Informationen über die ökologischen und Lebensstil-Aspekte der P / D hin	Von Kunden wird aktiv -Feedback zu ökologischen und Lebensstil-Aspekten eingeholt (z.B.: Nutzungsverhalten, Verbesserungspotentiale, etc. )	Ökologische und Lebensstil-Aspekte wesentlicher Inhalt der KundInnenbeziehungen

Kommt bei mir kaum vor. Einige meiner Kunden befinden sich in ländlich strukturierten Kreisgebieten. Die Nutzung des PKW's kann von mir und meinen Kunden nicht immer verhindert werden. Gemeinsam wird darauf geachtet, dass die Fahrten auf alle Beteiligten gleichmäßig verteilt wird, was der Umwelt jedoch unter dem Strich nichts nützt.

Die Seminar-, und Veranstaltungsverpflegung wird von regionalen Anbietern geordert. Ausgewogene und vollwertige Mahlzeiten werden angeboten.

<sup>12</sup>

P / D = Produkte und Dienstleistungen

## D4 SOZIALE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

2-3 aussagekräftige Aussagen zu jedem Kriterium

Kriterium	Erste Schritte (1-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbildlich (61-100%)
<b>Berücksichtigung ökonomischer Barrieren in der Kundensphäre (B2C: 30-40%; B2B: 5-40%)</b>	Das Unternehmen bietet einkommensschwachen Kunden gelegentlich P/D zu günstigere Konditionen an (betrifft mind. 1% der Umsätze / des Produktionsoutput). Das Angebot ist transparent dargestellt (z.B.: auf der Webseite)	Das Unternehmen bietet einkommensschwachen KundInnengruppen gelegentlich P/D zu günstigere Konditionen an (betrifft 3-5% der Umsätze / des Produktionsoutputs) KundInnengruppen werden aktiv angesprochen	Regelmäßige und umfangreiche soziale Preisstaffelung (betrifft 5-10% der Umsätze / des Produktionsoutputs)	<b>Etablierte, ausgeprägte soziale Preisstaffelung (betrifft &gt;10% der Umsätze / des Produktionsoutput)&gt;</b>
<b>Barrierefreier Zugang zu und Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen; 4 Dimensionen: physisch, visuell, sprachlich, intellektuell (B2C: 40-60%; B2B: 5-40%)</b>	<b>Barrierefreier Zugang in einer der vier Dimensionen sichergestellt (z.B.: Alle wesentlichen Standorte / Produkte / Dienstleistungen physisch barrierefrei)</b>	Barrierefreier Zugang in zwei der vier Dimensionen sichergestellt (z.B.: + Sicherstellung des Informationszugang e bei reduziertem Seh- und Hörvermögen)  Benachteiligte KundInnengruppen werden aktiv angesprochen	Das Unternehmen stellt einen barrierefreien Zugang in drei der vier Dimensionen sicher  (z.B.: + Information / Beratung ist in den Sprachen von Minderheiten / MigrantInnengruppen verfügbar )	Das Unternehmen stellt einen barrierefreien Zugang in drei der vier Dimensionen sicher (z.B.: + Wesentliche Informationen sind in einer Easy-2-Read Version verfügbar)
<b>Prozesse und Maßnahmen bezüglich ethischer Risiken und sozialer Aspekte in der Kundensphäre (B2C: 10-30%; B2B: 30-50%)</b>	<b>Keine Geschäftsbeziehungen mit ethisch kritischen Unternehmen</b>	Regelmäßige Evaluierung potentiell kritischer Aspekte in der KundenInnen-Sphäre  Durchführung erster Maßnahmen  Reduzierte Risiken der P/D im Vergleich zu Alternativprodukten	Ausformuliertes Konzept, Strategie und etablierte Maßnahmen zur Adressierung potentiell kritischer Aspekte in der KundInnen-Sphäre (z.B.: Integration von Experten)	Umfassende Auseinandersetzung mit sozialen Aspekten in den KundInnenbeziehung (z.B.: Institutionalisierte Überprüfung über die Wirksamkeit der Maßnahmen)

### Berücksichtigung ökonomischer Barrieren

- Mitarbeit an Schulprojekten, Honorar reicht für Aufwandsentschädigung
- Durchführung von Ausbildungs-, und Studentenprojekten (Leistung gegen Leistung, wobei die Auszubildenden, bzw. die Studenten keine Ergebnisverantwortung haben).
- Individuelle und sozialverträgliche Preisgestaltung.

- Nutzung öffentlicher Fördergelder für den Kunden .

### Barrierefreier Zugang

- (Schulungs-) Räume werden meist für eine feststehende Gruppe gemietet. Auswahl findet so statt, dass alle guten Zugang haben.
- Schrift und Wortsprache wird so weit es mir gelingt, den Zielgruppen angepasst.

### Ethische Risiken

- Ich bin im Glauben nur mit ethisch unbedenklichen Kunden zu arbeiten. Eine systematische Überprüfung findet jedoch nicht statt.

## D5 ERHÖHUNG DES SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS

2-3 aussagekräftige Aussagen zu jedem Kriterium

Kriterium	Erste Schritte (1-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbildlich (61-100%)
<b>Kooperation mit MitwerberInnen und Partner der Wertschöpfungskette (20%-40%)</b>	Erste Pilotprojekte zur gemeinsamen Entwicklung höherer Standards mit Marktpartnern (z.B.: F&E-Kooperation)  Aktive Kommunikation höherer Standards nach Außen (z.B.: Webseite)	Regelmäßige, etablierte Mechanismen zur gemeinsamen Entwicklung höherer Standards  Höhere Standards wesentlichen Bestandteil der Kommunikationspolitik des Unternehmen	<b>Selbstverpflichtung auf Branchenebene</b>	Sicherstellung und Überprüfbarkeit der höheren Standards (z.B.: externe Audits und unabhängige Kontrollen; Kooperation mit NGOs)
<b>Aktiver Beitrag zur Erhöhung legislativer Standards (5%-20%)</b>	Transparente Offenlegung der politischen Aktivitäten  Kein Widerstand gegen höhere soziale und ökologische legislative Standards	<b>Brancheninternes Engagement für höhere legislative Standards</b>  <b>(z.B.: im Kooperation mit Branchenvertretung)</b>	Über die Branche hinausgehendes Engagement für höhere legislative Standards  (z.B.: Kooperation mit NGOs)	Transparente, wesentliche Berührungsgruppen inkludierender Lobbying-Prozess (z.B.: Ausformulierte Gesetzesinitiativen,)
<b>Reichweite, inhaltliche Breite und Tiefe (40%-60%)</b>	<b>Ein sozial oder ökologischer Randaspekt betroffen</b>	Ein wesentlicher sozial oder ökologischer Aspekt betroffen  Tatsächliche Umsetzung höherer Standards betrifft > 25% des Umsatzes	Mehrere, wesentliche sozial oder ökologische Aspekte betroffen  Tatsächliche Umsetzung höherer Standards > 50%	Alle wesentlichen sozialökologischen Aspekte  Erhöhung der Branchenstandards ist inhärenter Bestandteil der Unternehmenspositionierung (> 90%)

- Unterzeichnung Code of Contract der GWÖ BeraterInnen
- Mitarbeit in der Initiative für aktive Rechtsgestaltung

- Einhaltung und individuelle Erweiterung der QM Kriterien für KFW Gründungsberatung
- Einhaltung und individuelle Erweiterung anderer geförderter Beratungsprodukte.

In meinem Arbeitsgebiet ist das nur beschränkt umsetzbar.

Ich versuche an einem neuen „Beraterbild“ mitzuwirken. Das heißt, Beratung ist für den Kunden „passgenau, individualisiert, umsetzbar und sinnvoll.“ Er fühlt sich in der Lösungserarbeitung gleichermaßen als Betroffener und Beteiligter. Seine Anliegen und Möglichkeiten finden wertschätzend und wohlwollend Berücksichtigung.

## E1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE / DIENSTLEISTUNGEN

2-3 aussagekräftige Aussagen zu jedem Kriterium

Kriterien	Erste Schritte (1-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbildlich (61-100%)
Unternehmensinterne Prozesse	Evaluierung der direkten und indirekten Wirkung der P/D	Konzept und Strategie zur Reduktion negativer Produktwirkungen	Institutionalisierte Überprüfung der Wirksamkeit der Maßnahmen	Regelmäßige Berichterstattung über die gesellschaftliche Wirkung der P/D
Welche positiven Nutzen oder negative Folgewirkungen entstehen direkt oder indirekt durch unsere P/D?	Mehrheitlich positive Wirkungen unserer Produkte auf KundInnen  Keine primäre Statusfunktion, Ersatzbefriedigung oder Suchtwirkung.	Mehrheitlich positive Produktwirkungen und aktive Bearbeitung möglicher negativer Folgen.	Ausschließlich positive Produktwirkungen.	P/D befriedigt Grundbedürfnisse und löst wesentliche gesellschaftliche Probleme, z.B. Armut, Gesundheit, Bildung
Kulturverträglichkeit:  Wie sind soziale Aspekte im Wertschöpfungsprozess im Vergleich zu Alternativen mit ähnlichem Endnutzen zu beurteilen? (Siehe soziale Aspekte bei A1 sowie D4)	Punktuelle Ansätze über Branchendurchschnitt	Hinsichtlich sozialen Aspekte überdurchschnittlich e, P/D	Hinsichtlich sozialer Aspekte wesentlich besser als Branchendurchschnitt	Im Vergleich zu Alternativen sozial hochwertigste P/D
Naturverträglichkeit, Suffizienz / Genügsamkeit:  Wie sind ökologische Aspekte unserer P/D im Vergleich zu P/D mit ähnlichen Endnutzen zu beurteilen? (siehe D3)	Punktuelle Ansätze über Branchendurchschnitt	Hinsichtlich ökologischer Aspekte überdurchschnittlich e, P/D	Hinsichtlich ökologischer Aspekte wesentlich besser als Branchendurchschnitt	Im Vergleich zu Alternativen ökologisch hochwertigste P/D

## Unternehmensinterne Prozesse

### Zweiter GWÖ Bericht erstellt

#### **1. Beratung von Existenzgründern, insbesondere Gründungen aus der Arbeitslosigkeit heraus**

Die Erwerbsarbeit zu verlieren, ist ein schmerzlicher Einschnitt in die Lebens-, und Erwerbsbiographie und wirkt bei vielen Menschen negativ auf die Persönlichkeitsentwicklung und weitere Gestaltung der Lebensbiographie. „Existenzgründungen aus der Not“ begründen selten aus dem Wunsch nach Selbstständigkeit, Unternehmergeist und -wille oder gar auf einer guten unternehmerischen Idee, die ins Leben gepflanzt werden will, sondern aus dem Wunsch, wieder im 1. Arbeitsmarkt tätig werden zu wollen.

Das Angebot der Existenzgründungsberatung unterstützt Menschen darin, diesen selbständigen Schritt bewusst und gekonnt zu gehen. Ziele der Beratung sind:  
Der Gründer, die Gründerin

- a. kann die eigene Initiativekraft freisetzen
- b. wird im Selbstbewusstsein gestärkt
- c. entwickelt ein stimmiges Gründungskonzept
- d. erarbeitet einen machbaren und sinnhaften Handlungsplan
- e. lernt im Gründungsprozess planvoll vorzugehen und zu entscheiden.
- f. Lernt bewusst im Spannungsfeld von Chancen und Risiken zu agieren.
- g. Wird in seiner Persönlichkeit gestärkt.
- h. Nimmt sein Leben beherzt und selbständig in die Hand.
- i. Findet wieder eine Festanstellung und kann diesen Weg beherzt weiter gehen.

#### **2. Beratung von Kleinst-, und Kleinunternehmen**

- Kleinst-, und Kleinunternehmen tragen zur lokalen Ökonomie und damit zur regionalen Entwicklung des Gemeinwohls bei. Sie sind Teil eines sensiblen Wirtschaftssystems.
- Das Beratungsangebot leistet einen Beitrag zur Entwicklung der lokalen Ökonomie und der regionalen Entwicklung. Die Wirkung auf das Gemeinwohl und eine win-win Wechselwirkung zwischen Unternehmerwohl und Gemeinwohl wird als Erfolgsfaktor für alle Beteiligten eingestuft und angestrebt.

#### **3. Schulung in Kooperationsfähigkeit**

- Zu den Schulungsthemen zählen Moderations-, Kommunikations-, Gesprächsführungs-, Konfliktkompetenzen.
- Das Angebot richtet sich vorwiegend an Mitarbeitende in KMU Betriebe und soziale Institutionen. Ziel ist Menschen in einer wirkungsvollen Zusammenarbeit

zu fähigen und Kompetenzen für eine gelungene Berufsbiographie zu erlangen. Stress, Konflikte, Ängste, Frustrationen können abgebaut werden. Das menschliche Bedürfnis nach Zugehörigkeit, Sicherheit und erfolgreichem Umgang mit Herausforderungen in Leistungsgemeinschaften kann gelebt werden.

#### **4. Moderation und Mediation**

- Bewusste und gemeinschaftlich getragene Ergebnisse, Problemlösungen und Entscheidungen werden erarbeitet und vereinbart.
- Der Mensch kann als rechtschaffendes Wesen selbstbestimmte Lösungen und Vereinbarungen treffen.

#### **5. Netzwerkmanagement**

- Das Angebot richtet sich an KMU Betriebe sowie Institutionen aus dem Sozial- und Gesundheitswesen, die die Synergiemöglichkeiten durch Vernetzung erkennen und nutzen möchten. Angestrebt wird eine Entwicklung und Festigung der eigenen Situation und ein Beitrag zur regionalen Entwicklung.
- Zurzeit berät, moderiert und koordiniert DIKE kontinuierlich zwei Netzwerke im Gesundheitswesen. Ein Netzwerk baut Strukturen für eine integrierte Schmerzversorgung am Lebensende in der Häuslichkeit auf. Das andere Netzwerk entwickelt Versorgungsangebote und -strukturen für die ambulante Alten-, und Krankenhilfe im ländlichen Raum. Zurzeit liegt der Schwerpunkt auf Maßnahmen und Projekte zur Begegnung des Fachkräftemangels in der ambulanten Pflege

DIKE berät und unterstützt seine Kunden aktiv bei der Beantragung staatlicher Fördermittel und Förderprogramme, wie zum Beispiel Gründungscoaching Deutschland, Potenzialberatung NRW, Beratungsprogramm Wirtschaft, Bildungsscheck NRW. Die aufgewendete Zeit für die Vorbereitung und Begleitung der Antragsstellung sowie die Berichtserstellung wird dem Kunden nicht in Rechnung gestellt.

## E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

2-3 aussagekräftige Aussagen zu jedem Kriterium

Kategorie	Anteil	Erste Schritte (0-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbildlich (61-100%)
Leistungen <sup>13</sup>	70%	0-0,5%	0,5-1,5	1,5-2,5 %	> 2,5%
Wirkungen	30%	Vereinzelte spürbare Wirkungen mit vorwiegendem Symptomcharakter	Vertiefte Wirkungen ohne Nachhaltigkeit oder erste breitenwirksame Maßnahmen	Vertiefte und nachhaltige Wirkung in einzelnen Feldern	Nachhaltige Wirkung in mehreren Feldern
Zusatzfaktor	+/- 20% (maximal) <sup>14</sup>	Vereinzelte Maßnahmen, nicht institutionalisiert, geringe Verantwortungsübernahme	Regelmäßig einzelne Maßnahmen, erste Strategie erkennbar, Verantwortlichkeit erkennbar	Umfassende Strategie, institutionalisierte Umsetzung, weitgehende Verantwortungsübernahme	dementsprechend de Praxis seit mind. drei Jahren

- Mein Leistungsangebot leistet an sich einen Beitrag zum Gemeinwesen.
- Mitarbeit in Arbeitskreisen des Kreises z.B. Vereinbarkeit von Pflege und Beruf
- Initiierung und Umsetzung von Azubi und Studentenprojekte.

## E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

2-3 aussagekräftige Aussagen zu jedem Kriterium

Kriterien	Erste Schritte (1-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbildlich (61-100%)
Absolute Auswirkungen:	Für die Beurteilung der absoluten Auswirkungen gilt es noch ein geeignetes Indikatorenset zu erarbeiten (z.B.: ökologischer Fußabdruck für Unternehmen) <sup>15</sup>			
Relative Auswirkungen: Im Branchenvergleich liegt das Unternehmen ...	... hinsichtlich einiger ökol. Aspekte über dem Branchendurchschnitt	... hinsichtlich einiger ökol. Aspekte über dem Branchendurchschnitt mit klar erkennbaren Maßnahmen zur Verbesserung	... hinsichtlich wesentlicher ökol. Aspekte über dem Branchendurchschnitt mit klar erkennbaren Maßnahmen zur Verbesserung	... hinsichtlich wesentlicher ökol. Aspekte weit über dem Durchschnitt (Innovationsführer, Branchenleader, etc.)
Management und Strategie (mit zunehmender Größe von Relevanz, bei Branchen mit hohen ökol. Auswirkungen)	... setzt erste Schritte zur Identifikation der wesentlichen ökologischen Aspekte und Risiken (klare	+ ... erhebt seinem Unternehmensgegenstand entsprechend Kennzahlen und verfügt über klare Strategien / Maßnahmen zu	+ ... erhebt seinem Unternehmensgegenstand entsprechend Kennzahlen und verfügt über klare, ambitionierte Strategien / Maß-	+ ... verfügt über ambitionierte qualitative und quantitative Ziele und Strategien inkl. Fristen hinsichtlich

<sup>13</sup> Geldwerter Umfang aller Maßnahmen (% vom Jahresumsatz bzw. der Jahresarbeitszeit)

<sup>14</sup> Additiv zum Gesamtergebnis aus Leistungen und Wirkungen, wobei insgesamt 100% nicht überschritten werden dürfen.

<sup>15</sup> Auf EU-Ebene wird gegenwärtig an einem Handbuch zur Berechnung der ökologischen Auswirkungen von Organisationen gearbeitet. (Fertigstellung Herbst 2012):  
[http://ec.europa.eu/environment/eussd/corporate\\_footprint.htm](http://ec.europa.eu/environment/eussd/corporate_footprint.htm)



Grundvoraussetzung): Das Unternehmen ...	Verantwortlichkeiten, institutionalisierte Prozesse mit Unternehmensführung)	mehreren relevante Aspekte (z.B.: CO <sup>2</sup> -Footprint, Wasser- und Ressourcenverbrauch, branchenspezifische Aspekte)	nahmen zu allen relevanten Aspekten (z.B.: CO <sup>2</sup> -Footprint, Ressourcenverbrauch, branchenspezifische Aspekte)	wesentlicher Umweltaspekte
--	--	---	--	----------------------------

Das Auto wird nur genutzt, wenn es aus logistischen Gründen nicht anders möglich ist z.B.

- Bei Terminen im ländlichen Raum ohne ausreichende öffentliche Verkehrsmittel
- Umfangreiche Workshopmaterialien müssen mitgeführt werden.
- Die Reisezeit mit öffentl. Verkehrsmitteln übersteigt das Doppelte der Fahrzeit mit dem Auto.
- Erhebliche Störungen bei öffentlichen Verkehrsmitteln sind abzusehen.

80% E-Dokuments.

#### E4 MINIMIERUNG DER GEWINNAUSSCHÜTTUNG AN EXTERNE

2-3 aussagekräftige Aussagen zu jedem Kriterium

Kategorie	Erste Schritte (1-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbild (61-100%)
Sinkende Dividendenaus-schüttung an Externe	5-Jahresschnitt: Dividende nicht höher als Inflation plus 5%	5-Jahresschnitt: Dividende nicht höher als Inflation plus 2,5%	5-Jahresschnitt: Dividende nicht höher als Inflation	Keine Gewinnausschüttung an externe EigentümerInnen

Trifft bei mir nicht zu!

#### E5 GESELLSCHAFTL. TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG

2-3 aussagekräftige Aussagen zu jedem Kriterium

##### Transparenz

Kriterium	Erste Schritte (1-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbildlich (61-100%)
Inhaltl. Umfang	Einzelne Aspekte	Wichtige Aspekte	Großteil wichtiger Aspekte, v.a. die kritischen <sup>16</sup>	Alle
Reichweite Berührungsgruppen	Interne Transparenz (Intranet)	Stakeholder spezif. Transparenz (Extranet)	Allgemein passive Transparenz (Internet)	Allgemein aktive Transparenz (Kommunikationspolitik)

<sup>16</sup> Kritische Daten sind z.B. Beteiligungen an anderen Unternehmen und Tochtergesellschaften in Steueroasen, Lobbyingzahlungen an politische Entscheidungsträger/ - institutionen (Parteien/ Verbände), Produktionsprozesse mit Risikostoffen sowie potentiellen Beeinträchtigungen der Anrainer durch Emissionen (in Luft, Wasser, Boden), Lärm, Geruch, Lichtverschmutzung etc., Eingriffe in die Natur, Standortverlagerungen und der damit im Zusammenhang stehende Arbeitsplatzabbau



<b>Reichweite Standorte</b>	Mind. ein wesentlicher Standort	Einige wesentliche Standorte	Großteil der wesentliche Standorte, v.a. die kritischen	<b>Alle</b>
<b>Bei Unterneh &lt; 100 Mitarbeit.</b>	Oberflächlicher GWÖ-Bericht	Umfangreiche Beschreibung jedes Indikators	<b>Detaillierte Beschreibung jedes Indikators</b>	Detaillierte Beschreibung jedes Kriteriums von jedem Indikator
<b>Bei Unterneh &gt; 100 Mitarbeit.<sup>17</sup></b>	GRI Level C	GRI Level B	GRI Level A	GRI Level A und Sector Supplement
<b>Verifizierung &gt; 100 Mitarbeit.</b>	Punktuell, indirekt extern verifiziert	Externe Evaluation der Risiken	Externe Verifikation aller wesentl. Kriterien, low level of assurance	High level of assurance + umfassende Kooperation mit NGOs

### Mitbestimmung

<b>Kriterium</b>	<b>Erste Schritte (1-10%)</b>	<b>Fortgeschritten (11-30%)</b>	<b>Erfahren (31-60%)</b>	<b>Vorbildlich (61-100%)</b>
<b>Art der Mitbestimmung + Dokumentation</b>	Reaktiv: Anhörung von Beschwerden + Reaktion	Aktiv: Dialog mit hochrang. Unternehmensvertretern + umfassende Dokumentation	Aktiv +: Konsensorientierte Entscheidungen, Dokumentation mit Konsequenzen öffentlich zugänglich	Proaktiv/ innovativ: mind. 50% Konsensuale Entscheidungen
<b>Umfang der Mitbestimmg</b>	Einzelne Maßnahmen/ Projekte über begrenzte Zeit	Immer wieder umfassende Mitbestimmungsprozesse	Regelmäßige Einbeziehung bei wichtigen Themen, bei strategischen Entscheidungen	Permanenter Dialog und Mitbestimmung bei wesentlichen Themen/ strategischen Entsch.
<b>Umfang einbezogener Berührungsgruppen</b>	Einige	Die wichtigsten	Alle	Alle

Prinzipiell gilt: Je größer das Unternehmen ist, desto höher ist die Bewertung der wirklichen Mitbestimmung im Vergleich zur Transparenz.

<b>Mitarbeiterzahl</b>	<b>Gewichtung Transparenz</b>	<b>Gewichtung Mitbestimmung</b>
1-2	80%	20%
3-10	70%	30%
11-50	60%	40%
51-250	50%	50%
251-1.000	40%	60%
Über 1.000	30%	70%

2. Gemeinwohlbericht wird soeben erstellt. Er wird auf der Internetseite veröffentlicht.

<sup>17</sup> Auf Basis der Vorgaben des GRI = Global Reporting Initiative – derzeitiger Standard in der Nachhaltigkeitsberichterstattung, siehe auch [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)

Mitbestimmung erfolgt durch meine Kolleg/innen. Rückmeldungen und Abstimmungen bei gemeinsamen Aufträgen finden konsequent Berücksichtigung.

## AUSBLICK

### KURZFRISTIGE ZIELE

- Persönlichen Ökologischen Fußabdruck erstellen.

### LANGFRISTIGE ZIELE

- Stärkere regionale Verknüpfung.

## BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ

Wer war bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz/ dem GWÖ-Bericht von Unternehmen involviert? Welche Stakeholder waren involviert?

Jörg Arolf Wittig, Ulrike Häußler, Karin Müller Biback Zwiebackfabrik SOMMER & Co. KG, Uwe Treiber Sonnendruck GmbH, Dagmar Löffler,

Über welchen Zeitraum wurde beides erstellt?

Upgrade von 3.0 auf 4.0 aus Sicht des GWÖ BeraterInnen Lernwegs: 4 Stunden

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

EPU

Datum: 12. März 2013

---