

## Gemeinwohl-Bericht



## Unternehmen

### Allgemeine Infos

- Firmenname: WirkWandel Impuls GmbH
- Eigentums- und Rechtsform, Eigentumsanteile: GmbH, zu je 33% verteilt auf die Gründer
- Branche: Unternehmensberatung / -entwicklung
- Anzahl der Mitarbeiter: 4 (3 Vollzeit tätige Gründer + 1 Vollzeit Mitarbeiter)
- Gründungsjahr: 2015
- Gewinn: kein Gewinn in 2015
- Tochtergesellschaften/ verbundene Unternehmen: übergeordnet ist der WirkWandel e.V., dieser Verein hat kontrollierenden Charakter
- Sitz + Homepage: Fanny-Zobel-Straße 11 in 12435 Berlin [www.wirkwandel.de](http://www.wirkwandel.de)
- Berichtszeitraum: 2015

Unternehmen .....	1
Negativkriterien .....	3
Testat.....	4
A1 Ethisches Beschaffungsmanagement .....	5
B1 Ethisches Finanzmanagement.....	7
C1 Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung .....	8
C2 Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit.....	10
C3 Forderung und Förderung ökolog. Verhaltens der Mitarbeiter....	11
C4 Gerechte Verteilung des Einkommens.....	11
C5 Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz .....	12
D1 Ethisches Verkaufen.....	13
D2 Solidarität mit Mitunternehmen .....	14
D3 Ökolog. Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen.....	15
D4 Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen .....	16
D5 Erhöhung des sozialen und ökolog. Branchenstandards .....	16
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Dienstleistungen .....	17
E2 Beitrag zum Gemeinwesen .....	18
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen .....	19
E4 Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung.....	19
E5 Gesellschaftl. Transparenz und Mitbestimmung .....	20
Ausblick .....	20
Prozessbeschreibung der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz .....	21

## Tätigkeitsbereich

Die WirkWandel Impuls GmbH hat sich die Entwicklung von Arbeitsbedingungen, -abläufen und -prozessen durch die Etablierung einer Begeisterungskultur in Unternehmen als oberstes Ziel ihres Schaffens gesetzt. Unsere Zielgruppe sind kleine und mittelständische Unternehmen (KMU). Zur Erreichung dieses Ziels setzen wir auf folgende Dienstleistungen:

- ✓ Kontinuierliche Prozessbegleitung
- ✓ Unternehmensberatung / -entwicklung
- ✓ Training / Coaching
- ✓ Qualitätsmanagementbegleitung
- ✓ Veranstaltungsorganisation
- ✓ Vermittlung von Dienstleistungen

Begeisterungskultur bedeutet, dass alle Führungskräfte und Mitarbeiter selbstverantwortlich an einem Strang ziehen. Allen Beteiligten ist der Sinn des Unternehmens und ihrer Arbeit bewusst. Die Ziele, Erwartungen und Verantwortungsbereiche sind geklärt und klar definiert. In einer vertrauensvollen Atmosphäre begegnen sich Führungskräfte und Mitarbeiter auf Augenhöhe. Die Spielregeln für die Zusammenarbeit auf und zwischen allen Ebenen sind für alle transparent und gelebt. Die Mitarbeiter sind entsprechend ihrer individuellen Stärken eingesetzt. Die Führungskräfte leben eine positive, werteorientierte Haltung und Begeisterung für die Menschen, die Arbeit und das Unternehmen vor.

## Das Unternehmen und Gemeinwohl

Die WirkWandel Impuls GmbH wird den wirtschaftlichen Wandel in Punkto Wertschätzung, kooperativen Umgang und wirtschaftlicher Zukunftssicherheit aktiv unterstützen und umsetzen. Die sehr starke Orientierung am Menschen und die Fokussierung auf die Stärken des Individuums sind im Einklang mit den Gemeinwohlökonomie-Richtlinien. Die Gründer und ersten Mitarbeiter sind aus

dem Bereich des CSR (Corporate Social Responsibility) & QM (Qualitätsmanagement). Die Verbindung der beiden Hauptschwerpunkte unterstützt die Schaffung von möglichst optimalen Arbeitsumgebungen. Die langfristige Vision von WirkWandel ist es Arbeits- und Lebensfreude stärker zu verbinden. Indem wir dies in KMU unterstützen, werden wir einen gesamtgesellschaftlichen Beitrag leisten.

## Zusammenfassung der bisherigen Aktivitäten

Mit-Gründer Michael Grau hat sich bereits vor mehreren Jahren mit dem Grundgedanken der Gemeinwohlökonomie auseinander gesetzt und stets die Aktualität des Themas gespiegelt. Als mit dem neuen Mitarbeiter GWÖ-Fan Philipp Wodara eingestellt wurde, war schnell klar, dass hier zusammenwächst was zusammengehört. Darüber hinaus konnten wir erkennen, dass unsere Unternehmensstrategie viele inhaltliche Überschneidungen mit den GWÖ-Richtlinien hat. Aus diesem Grund haben wir bereits im Gründungsjahr entschieden uns aktiv mit der Bilanzierung auseinander zu setzen und im Herbst 2015 mit der "Peer Evaluierung" zu starten.

## Ansprechperson für die GWÖ + Kontaktdaten

Philipp Wodara  
pw@wirkwandel.de  
030 - 20 84 977 05

## Zuordnung Energiefeld + Beschreibung des GWÖ-Engagements

Energiefeld Berlin  
GWÖ - Mitglied seit Teilnahme Peer Evaluierung November 2015

## Negativkriterien

	Kann ich bestätigen	Kann ich nicht bestätigen
Keine Verletzung der ILO-Arbeitsrechtenormen/ Menschenrechte	X	
Keine Menschenunwürdigen Produkte	X	
Keine Beschaffung bzw. Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen	X	
Keine feindliche Übernahme	X	
Keine Sperrpatente	X	
Keine Dumpingpreise	X	
Keine illegitimen Umweltbelastungen	X	
Keine Verstöße gegen Umweltauflagen (z.B. Grenzwerte)	X	
Keine geplante Obsoleszenz	X	
Kein Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens	X	
Kein Arbeitsplatzabbau oder Standortverlagerung trotz Gewinn	X	
Keine Umgehung der Steuerpflicht	X	
Keine unangemessene Verzinsung für nicht mitarbeitende Gesellschafter	X	
Offenlegung aller Beteiligungen und Tochterunternehmen	X	
Keine Verhinderung eines Betriebsrates	X	
Offenlegung aller Finanzflüsse an Lobbyisten und Lobby-Organisationen/Eintragung ins Lobbyregister der EU	X	
Keine Exzessive Einkommensspreizung	X	

# Testat

## TESTAT : PEER EVALUIERUNG

GEMEINWOHL-  
BILANZ 2015

für WirkWandel Impuls GmbH  
BegleiterIn Urte Töpfer / Anne Berg



WERT BERÜHRUNGSGRUPPE	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Demokratische Mitbestimmung & Transparenz
A) LieferantInnen	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement				30 %
B) GeldgeberInnen	B1: Ethisches Finanzmanagement				70 %
C) MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung 60 %	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit 40 %	C3: Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen 10 %	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens 90 %	C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz 60 %
D) KundInnen / Produkte / Dienstleistungen / Mitunternehmern	D1: Ethische Kundenbeziehung 80 %	D2: Solidarität mit Mitunternehmern 40 %	D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen 30 %	D4: Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen 20 %	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards 10 %
E) Gesellschaftliches Umfeld: Region, Souverän, zukünftige Generationen, Zivilgesellschaft, Mitmenschen und Natur	E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / DL 80 %	E2: Beitrag zum Gemeinwesen 20 %	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen 10 %	E4: Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung 100 %	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung 10 %
<b>Negativ-Kriterien</b>	Verletzung der ILO-Arbeitsnormen/ Menschenrechte 0	Feindliche Übernahme 0	Illegitime Umweltbelastungen 0	Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens 0	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Töchter 0
	Menschenunwürdige Produkte, z.B. Tretminen, Atomstrom, GMO 0	Sperrpatente 0	Verstöße gegen Umweltauflagen 0	Arbeitsplatzabbau oder Standort-verlagerung bei Gewinn 0	Verhinderung eines Betriebsrats 0
	Beschaffung bei / Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen 0	Dumpingpreise 0	Geplante Obsoleszenz (kurze Lebensdauer der Produkte) 0	Umgehung der Steuerpflicht 0	Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbies / Eintragung in das EU-Lobbyregister 0
				Unangemessene Verzinsung für nicht mitarbeitenden Gesellschafter 0	Exzessive Einkommensspreizung 0

Mit diesem Testat wird die Peer-Evaluierung des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Matrix 4.1. Nähere Informationen zur Matrix, den Indikatoren und dem Audit-System finden Sie auf [www.gemeinwohl-oekonomie.org](http://www.gemeinwohl-oekonomie.org)

Testat gültig bis 31.12.2017

BILANZSUMME 487

## AI Ethisches Beschaffungsmanagement

Wir Wirkwandler sind persönlich und unternehmerisch ressourcensparend tätig. Bei der Erstausrüstung des Büros und der Anschaffung notwendiger Arbeitsmaterialien wurde der Fokus sowohl auf die Langlebigkeit der Produkte als auch die Einhaltung des Corporate Designs gesetzt. Aufgrund der Diskussion rund um die Teilnahme an der Peer Evaluierung und der Besprechung der einzelnen Indikatoren wurde das aktuelle Beschaffungsmanagement hinterfragt. Für die Zukunft ließen sich diverse Handlungsmaßnahmen ableiten und der Kauf von ökologischen, nachhaltigen und/oder regionalen Produkten wird noch weiter in den Vordergrund rücken.

### AI.1 Berücksichtigung regionaler, ökologischer und sozialer Aspekte bzw. höherwertiger Alternativen

SI AI.1 - 30%

Bei unseren wesentlichen Partnern zur Aufrechterhaltung und Weiterentwicklung unseres Geschäftes, wie Programmierer, Marketingagentur, Steuerberater, Büroverpflegung und der Druckerei achten wir bewusst auf regionale Beschaffung. Ökostrom beziehen wir bisher nicht. Die zweite Hauptkategorie Reisekosten wird von uns sehr stark berücksichtigt. Wann immer es sich machen lässt, finden die Geschäftsreisen mit der Bahn statt oder es werden Fahrgemeinschaften gebildet. Eine detaillierte Auflistung folgt nach der Einschätzung der Subindikatoren.

### AI.2 Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken zugekauften P/D und Prozesse zur Sicherstellung

SI AI.2 - 20%

In unseren wöchentlichen stattfindenden Teamsitzungen spielt das Thema Beschaffung immer wieder eine Rolle. Bspw. haben wir uns aktiv über die Verwendung unserer Marketing-Materialien verständigt und nutzen nur FSC-zertifizierte Papierprodukte. Zudem achten wir auf Langlebigkeit unserer Büroausstattung (Bspw. bei Möbeln, Elektronik, Gebrauchsgegenständen). In unserem kleinen Team von vier Mitarbeitern ist uns Nachhaltigkeit wichtig. Es ist vorgesehen die Anforderungen und Prinzipien in unserem zu entwickelnden Managementsystem verstärkt zu berücksichtigen, wenn das Unternehmen wächst.

### AI.3 Strukturelle Rahmenbedingungen zur fairen Preisbildung

SI AI.3 - 20%

Wir führen bei unseren Lieferanten kein Preisdumping durch. Bei einigen Themen wird in einem persönlichen Gespräch analysiert wie sich der Preis zusammensetzt und wie für beide Seiten eine optimale Situation zu Stande kommt. Ein Kriterienkatalog zum Beschaffungsmanagement gibt es noch nicht. Die Grundprinzipien sollen in unser Managementsystem einfließen, welches jedoch aktuell noch nicht als eigenständiges Dokument existiert und erst mit einem weiteren Wachstum der Organisation angedacht ist. Beziehung zu Lieferanten bestanden schon in Vorunternehmen der Gründer und werden fortgesetzt.

## Umfangreichere Stellungnahme zu den Subindikatoren A1.1 - A1.3

### Büro - SI 10% - Anteil am Gesamtkostenblock 60 %

Die Gründer und Mitarbeiter haben ihre eigenen bisher privat genutzten Laptops ins Unternehmen mit eingebracht. Eine explizite Neuanschaffung von Geräten konnte somit verhindert werden.

Alle angeschafften Monitore sind mit dem Label Energiestars ausgezeichnet.

Beim letzten Tagesrundgang wird kontrolliert, dass alle Geräte abgeschaltet und Heizungen heruntergeregelt sind.

Für unsere Trainings, Coachings & Workshops verwenden wir eine Vielzahl von Moderationskarten, Pin-Wänden und Flipcharts. Alle diese Produkte sind FSC zertifiziert und werden wenn möglich doppelseitig genutzt.

Wir haben unsere Arbeitsweise auf ein nahezu papierloses Büro umgestellt.

Sollten interne Druckvorgänge notwendig sein, werden diese auf dafür gesammeltes Schmierpapier getätigt. Selbstverständlich nutzen wir mindestens FSC zertifiziertes Papier.

Das von uns angemietete Büro befindet sich in einem Neubaukomplex. Der Energieausweis zur Überprüfung der Energieeffizienz wurde angefordert, lag zum Abschluss des Berichtes leider noch nicht vor. Alle Büroräume sind mit Energiesparlampen ausgestattet. Alle Heizkörper und Verbrauchsgeräte werden über Nacht runter geregelt oder gänzlich ausgeschaltet. Die IT-Geräte sind auf dem möglichst maximalen Energielevel eingestellt. Die Server-Festplatte fährt herunter, Bildschirme & Drucker schalten zügig in den Energiesparmodus.

Die verwendeten Mail-, CRM-, Kalender-, Kommunikations-Software sind Cloud basiert. Der Anbieter trifft keinerlei Aussagen über den Standort der Cloud und die Herkunft des verwendeten Stroms. Durch die Anbindung über das Web können unnötige Wege ins Büro vermieden werden.

Bürobedarf und Verpflegung wurde bisher zum größten Teil über die Metro abgedeckt. Beim Bürobedarf wird über eine nachhaltige Alternative (z.B. Wechsel zu Memo) nachgedacht. Verpflegung wird zukünftig in einem biologischen und/oder regionalen Supermarkt gekauft werden.

Beim Stromanbieter setzen wir aktuell noch auf einen konventionellen Anbieter. Die Evaluierung hat dafür gesorgt einen Wechsel aktiv in 2016 anzustoßen.

Der aktuelle Reinigungsdienstleister verwendet keine gesondert ausgewiesenen ökologischen Reinigungsmittel und nimmt keine Trennung des angefallenen Mülls vor. In einem gemeinsamen Gespräch wird nach Lösungen gesucht.

### Reisekosten - SI 80 % - Anteil am Gesamtkostenblock 20 %

Im Unternehmen gibt es keine Firmenfahrzeuge. Die Mitarbeitenden kommen zum Großteil mit der Bahn, dem Fahrrad oder zu Fuß zur Arbeit.

Weitere Dienstreisen werden i.d.R. mit der Bahn erledigt.

Inlandsflüge werden sehr stark vermieden und kamen bisher nicht vor.

Bei der Anreise mit privaten Fahrzeugen wird versucht Fahrgemeinschaften zu bilden und somit den Schadstoffausstoß pro Kopf zu minimieren.

### Marketing - SI 60 % - Anteil am Gesamtkostenblock 20 %

Der Haupt-Hostanbieter unserer Website (EDIS) kompensiert zu 100% die anfallenden CO<sub>2</sub> Produktion.

Bei allen Partnern (Marketingagentur, Programmierer, Designer,...) achten wir auf Regionalität. Somit sind bei Absprachen nur kurze Wege von Nöten.

Unsere Druckerei Pinguin gibt an FSC und PEFC zertifiziert. In einigen Fällen wählt die Marketingagentur direkt die Druckerei. In diesen Fällen haben wir weniger Einflussmöglichkeiten.



# BI Ethisches Finanzmanagement

## BI.1 Institutionalisierung

SI BI.1 - 70%%

## BI.2 Ethisch-nachhaltige Qualität des Finanzdienstleisters

SI BI.2 - 70%

## BI.3 Gemeinwohlorientierte Veranlagung

SI BI.3 - 70%

## BI.4 Gemeinwohlorientierte Finanzierung

SI BI.4 - 70%

Seit der Gründung setzt das Unternehmen als Finanzdienstleister auf die GLS Bank. Hierüber läuft sowohl das Geschäftskonto als auch die Anschubfinanzierung des Unternehmens. Die GLS Bank ist für die hohen Kriterien in Punkto Umwelt, Gesellschaft und Geldvergabekriterien bekannt. Der weitere Kapitalbedarf wurde durch ein nachrangiges Gesellschafterdarlehen, welches verzinst ist, gedeckt. Die Fremdkapitalquote lag bei der Gründung bei 53 %.

Die GmbH-Eigentumsverhältnisse sind zu drei gleichen Teilen auf die Gründer des Unternehmens aufgeteilt. Alle drei Gründer arbeiten voll in den Unternehmen mit.

Der Versicherungsdienstleister ist die HDI Versicherung. Hierüber wird die Haft- und Unfallversicherung für das Büro abgedeckt. Die HDI hat für seine Mitarbeiter eine Compliance Vereinbarung. Über weitere Maßnahmen wird nicht berichtet. In der Struktur gehört das Unternehmen zum Talanx Konzern, welcher sich ein selbstorganisiertes mehrschichtiges Nachhaltigkeitsmanagement auferlegt hat.

Als Nachsorge wird für einen Mitarbeiter in eine Direktversicherung gezahlt. Der Anbieter ist die Zurich. Für den Mitarbeiter ist das ein sehr sozialverträgliches Angebot. Auf den Anbieter gibt es für das Unternehmen keine Einflussmöglichkeit.

Wir sind von der Zusammenarbeit mit der GLS Bank sehr angetan. Wir empfehlen unseren Kunden, Partnern und weiteren Stakeholdern regelmäßig einen Wechsel und berichten kontinuierlich über die Vorteile der Beauftragung einer ethisch und sozial korrekten Bank.

# C1 Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung

## C1.1 Mitarbeiterorientierte Organisationskultur und -strukturen

SI C1.1 - 80%

In unserem Unternehmen gibt es keine klare Trennung zwischen Führungskraft und Mitarbeiter. Die Führung übernehmen die drei Gründer des Unternehmens und der einzige angestellte Mitarbeiter ist auf Augenhöhe tätig. Es gibt keine dargestellte und auch gefühlte Unterscheidung zwischen den Gründern und dem Angestellten. Die Hierarchieebene ist somit als sehr flach zu bezeichnen. Ein paar wenige Entscheidungen bezüglich der Finanzierung und Ausrichtung des Unternehmens werden verständlicher Weise eher von den Gründern getroffen. Der Angestellte wird über die Entscheidung zeitnah informiert und in die Umsetzung mit eingebunden.

Der Angestellte hat selbstständig die Chance Produkte / Dienstleistungen zu entwickeln und nach erfolgreicher Präsentation auch selbstständig umzusetzen. Die wesentlichsten Entscheidungen werden auf der wöchentlichen Teamsitzung vorgestellt und im Konsens entschieden. In den Teamsitzungen haben alle die Möglichkeit ihre persönlichen Entwicklungsmöglichkeiten und Befindlichkeiten darzulegen. Auch Wünsche und Beschwerden können an dieser Stelle zum Ausdruck gebracht werden. Somit gibt es eine direkte und gezielte Feedbackmöglichkeit. Sollten kurzfristige Entscheidungen notwendig sein, kann das social Intranet genutzt werden.

Beim Arbeitseinstieg wurden dem Angestellten die wesentlichen Arbeitsmaterialien und Strukturen aufgezeigt und in Ruhe erklärt. Alle EDV-Profile waren angelegt, Visitenkarten vorhanden und es gab eine sehr gute Empfangskultur. Bereits vor dem eigentlichen Arbeitsbeginn war der Angestellte

an einigen der Teamsitzungen eingebunden. Bereits nach der ersten Arbeitswoche waren alle gemeinsam auf einer Messe tätig und der Angestellte wurde umfangreich in die Erstellung der Informationen eingebunden und wurde umgehend in die Möglichkeit versetzt das Unternehmen nach außen zu präsentieren.

Wir bieten unseren Kunden Coachings & Schulungen zu den Themen Führungsstil, Kommunikation und Arbeitsfreude mit Zeitmanagement an. An Gruppenschulungen können alle aus dem Unternehmen teilnehmen und von dem Wissen der Anderen profitieren. Im Jahr 2016 werden zwei Mitarbeiter zu GWÖ-Beratern ausgebildet. Dieses ist als unternehmerische und persönliche Weiterentwicklung anzusehen. Darüber hinaus haben wir einen breiten Fundus an nahestehenden Beratern, die weitere Kenntnisse vermitteln. In diesem Kreis sind sehr gute Mediatoren vertreten, die bei Bedarf bei der Klärung und Fokussierung von Herausforderungen behilflich sein können. Bisher war das aber nicht notwendig und alle Themen konnten im Team geklärt werden.

Der einzige Angestellte war zum Zeitpunkt der Bilanzierung erst zwei Monate im Unternehmen tätig. Es wurden zu diesem Zeitpunkt bereits regelmäßige Nachfragen zum Arbeitsumfeld durchgeführt. Eine strukturierte Befragung mit Fragebogen war bis hierher nicht notwendig, wird aber erfolgen.

Besonders hervorzuheben ist die Einstellung des ersten Mitarbeiters im ersten Jahr der Gründung. Im großen Branchenvergleich, der sich vor allem aus EPU's zusammensetzt, ist dieses ein starkes Signal. Eine weitere Besonderheit ist, dass das Arbeitsverhältnis sofort unbefristet vereinbart wurde.



## C1.2 Faire Beschäftigungs- und Entgeltpolitik

SI C1.2 - 60%

Das Entgelt wurde vor der Einstellung fair und transparent verhandelt. Die Gesellschaft hat alle Gehälter offen kommuniziert und die Möglichkeiten der Machbarkeit gemeinsam mit dem Angestellten erörtert. Mögliche zukünftige Einstellungen und die eventuelle Beschäftigung von Praktikanten werden gemeinsam besprochen. Es wird im Konsens entschieden, in welcher Form eine Umsetzung sinnvoll ist und wie für alle Beteiligten eine Mehrwertposition entsteht. Darüber hinaus können Mitarbeiter Sozialleistungen wie Altersvorsorgemaßnahmen in Anspruch nehmen und ihre Vorstellungen ins Unternehmen einbringen. Die Begrenzung einer Einkommensspreizung wurde lose diskutiert und wird spätestens mit Anstellung des 10. Mitarbeiters eingeführt.

## C1.3 Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung einschließlich Work-Life-Balance/ flexible Arbeitszeiten

SI C1.3 - 50%

Die Arbeitszeiten sind komplett flexibel und können nach den eigenen Stärken und Bedürfnissen ausgerichtet werden. Es gibt ein Gleitzeitmodell, wobei die exakte Arbeitszeit der Mitarbeiter nicht kontrolliert wird. In aktiver Kommunikation achten die Gründer darauf, dass keine übermäßige Belastung durch Überstunden entsteht und die teilweise abendlich stattfindenden Termine auch zeitnah ausgeglichen werden können. Außer an Montagen (Teamsitzung) ist eine Arbeit von zu Hause auch kurzfristig möglich. Hierbei muss nur auf die Einhaltung oder Koordinierung von vereinbarten Terminen geachtet werden. Ansonsten ist die Möglichkeit gegeben, private Herausforderungen zu berücksichtigen und kurzfristig darauf zu reagieren.

Alle Arbeitsplätze entsprechen den ergonomischen Arbeitsanforderungen. Bei Bedarf können die Arbeitsplätze auch als Stehend-Arbeitsplätze genutzt werden. Somit kann eigenverantwortlich für eine Abwechslung der körperlichen Belastungen gesorgt werden. Weitere gezielte Maßnahmen zur physischen und psychischen Entlastung gibt es nicht.

Unsere im Erdgeschoss befindlichen Arbeitsräume sind ohne jegliche Barriere zugänglich. Die Küche und die beiden Toiletten sind leider zu klein und entsprechen nicht den Anforderungen eines barrierefreien Büros. Bisher hat das Unternehmen keine Arbeitsunfälle und Langzeiterkrankungen verzeichnen müssen. Auch eine Frühpensionierung wurde bei unserem Unternehmen nicht vollzogen. Eine Gründerin ist mittlerweile 69 Jahren und stürzt sich ohne jeglichen Zwang mit Freude und Enthusiasmus in die Neugründung. Auf ein altersgerechtes Arbeitspensum wird hierbei im Besonderen geachtet.

## C1.4 Gleichstellung und Diversität

SI C1.4 - 60%

Die Frage nach Gleichstellung und Unterschied zwischen den Geschlechtern stellt sich in unserem Unternehmen nicht. Das Gründungsverhältnis beträgt 2:1 für das weibliche Geschlecht. Durch die Anstellung des Herrn Philipp Wodara wurde dieses Verhältnis wieder ausgeglichen. Auch im direkten Umgang der Mitarbeitenden ist kein Unterschied zu verzeichnen und eine altmodische Aufgabenverteilung findet in keinster Weise statt. Im Bereich Diversität gab es bisher keine Veranlassung zur Prüfung. Gesetzlich sind wir zu einer Betrachtung noch nicht verpflichtet.

Eine kleine Durchmischung der Kulturen nach Berliner Mischung findet sich im Personal wieder. So geben eine Anhaltinerin, eine Mecklenburg-Vorpommerin, ein Schwabe und ein Ur-Berliner ihre kulturelle Herkunft und Aspekte mit ins Unternehmen ein.

## C2 Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit

### C2.1 Senkung der Normalarbeitszeit

SI C2.1 - 60%

Die Arbeitszeit wird nicht individuell erfasst. Alle sind bestrebt, die Arbeitszeit nicht exorbitant hoch ansteigen zu lassen. Besonders bei dem Angestellten wird darauf geachtet, dass ein ausgewogenes Verhältnis der Arbeitszeit besteht und bestehen bleibt. Aus diesem Grund ist die Quote der All-inclusive-Arbeitsverträge bei 100%. Der Angestellte schätzt diesen Fakt sehr und ist darüber höchst erfreut. Es wird jedem im Unternehmen zugetraut seine Arbeitszeit eigenverantwortlich einzuschätzen und durch das gegebene Vertrauen gestärkt. Im Arbeitsvertrag wurde ein Urlaub von 28 Tagen geregelt.

### C2.2 Erhöhung des Anteils der Teilzeit-Arbeitsmodelle und Einsatz von Zeitarbeit (bei adäquater Bezahlung)

SI C2.2 - 20%

Es gibt keine Beschäftigung von Zeitarbeit. Sollte es für einen Mitarbeiter oder Gründer von Nöten sein das Arbeitsmodell auf Teilzeit umzustellen, wird es für diese Herausforderung Lösungen geben. So wurde bereits beim Einstellungsgespräch geklärt, dass der Angestellte mit großem Zuspruch im Sommer 2016 von seinem Recht zur Beantragung von Elternzeit Gebrauch macht.

### C2.3 Bewusster Umgang mit (Lebens-) Arbeitszeit

SI C2.3 - 30%

Im Unternehmen ist der sehr hohe Stellenwert der Familie bei jedem Einzelnen stets zu spüren. Für die Belange der Familie gibt es eine sehr große Rücksichtnahme und Verständnis, wenn es zu Umorganisationen zum Wohle der Familie geht. Ein praktisches Beispiel hierfür liefert ein Gespräch zwischen Gründer Michael Grau und Angestellten Philipp Wodara. Die Kernaussage dieses Gespräch lautete, dass der Gründer den Angestellten nahegelegt hat, am Abend besuchte berufliche Veranstaltungen am besten gleich am nächsten Morgen auszugleichen. Mit dieser Aussage sollte für die Ausgeglichenheit der Arbeitszeit gesorgt werden und die Möglichkeit geschaffen werden ausreichend Zeit mit der Familie zu verbringen.

## C3 Forderung und Förderung ökolog. Verhaltens der Mitarbeiter

### C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

SI C3.1 - 0%

Auf eine spezielle Ernährung wird nicht geachtet. In der Mittagspause gehen meistens alle gemeinsam in die naheliegende Kantine. Hierbei wählt jeder sein Essen selbst und kann somit selbst beeinflussen wie er sich ernährt. Eine Förderung durch das Unternehmen gibt es nicht. Jeder hat die Möglichkeit den Kühlschrank in der "Küche" zu nutzen. In der Küche besteht auf Grund der "Größe" keine Möglichkeit sich Essen zuzubereiten.

### C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

SI C3.2 - 20%

Die Mitarbeiter können mit dem ÖPNV, zu Fuß oder Fahrrad zur Arbeit kommen. Der S-Bahnhof ist lediglich sechs Minuten vom Büro entfernt und ausreichend Fahrradabstellplätze sind vorhanden. Eine gezielte Steuerung oder Anreiz seitens des Unternehmens gibt es aber nicht.

### C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse

SI C3.3 - 10%

Mit der Anstellung des ersten Mitarbeiters wurde explizit darauf geachtet, dass ein Mitarbeiter mit Erfahrung aus dem Nachhaltigkeitsbereich das Unternehmen bereichert. Veranstaltungen werden vermehrt ökologisch ausgerichtet. Es gibt keine Fahrzeuge im Unternehmen. Weitere Maßnahmen gibt es darüber hinaus nicht.

## C4 Gerechte Verteilung des Einkommens

### C4.1 Innerbetriebliche Bruttoeinkommensspreizung im Unternehmen

SI C4.1 - 100%

Das Verhältnis zwischen höchsten und niedrigsten Lohn ist kleiner als 2:1.

### C4.2 Mindesteinkommen

SI C4.2 - 90%

Mit dem entrichteten Lohn ist ein gutes Leben in dem Umfeld Berlin möglich. Alle im Unternehmen sind bestrebt, dass ein sehr gutes Leben für alle ermöglicht wird.

### C4.3 Transparenz und Institutionalisierung

SI C4.3 - 40%

Die Gehälter aller wurden in beiden Vorstellungsgesprächen klar kommuniziert. Eine Institutionalisierung ist bei einem vier Personenunternehmen nicht notwendig, ist bei weiterem Wachstum aber geplant.

## C5 Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz

### C5.1 Grad der Transparenz

SI C5.1 - 100%

Nach kurzer Zeit der Beschäftigung wurden dem Angestellten alle Zugänge zu allen Daten ermöglicht und der Zugang zum Geschäftsführerordner gestattet. Es ist somit möglich, alle Verträge und Vereinbarungen einzusehen. In den Büros sind alle (auf Grund des nahezu papierlosen Büros) wenigen Ordner greifbar und einsehbar. Einmal im Monat werden im social Intranet alle wesentlichen Finanzzahlen veröffentlicht und zur Diskussion zur Verfügung gestellt. Alle Erfolge und Misserfolge der zurückliegenden Woche werden transparent auf der Teamsitzung besprochen.

### C5.2 Legitimierung der Führungskräfte

SI C5.2 - 50%

Die aktuellen Führungskräfte sind die Gründer des Unternehmens. Sie haben sich durch ihren individuellen Werdegang zur Führung des Unternehmens legitimiert. An der Einstellung des Angestellten waren alle involviert und hatten Einflussmöglichkeiten. Die Jobwahl des Angestellten hing maßgeblich von den Führungskräften ab. Die Führungskräfte haben somit eine zusätzliche Legitimation erfahren.

### C5.3 Mitbestimmung bei Grundsatz- und Rahmenentscheidungen

SI C5.3 - 80%

Die Aufgaben sind in geeigneten Bereichen klar voneinander getrennt. Die Mitarbeitenden haben die Möglichkeit hier autark zu arbeiten und selbstständig ihre Entscheidung zu treffen. Bei größeren und entscheidenden Aufgaben / Herausforderungen werden alle eingebunden, die Meinung des Einzelnen ist bewusst erwünscht und wird in die Entscheidungsfindung mit einbezogen. Ein systemisches Verfahren war bisher nicht von Nöten, da sich im Dialog immer auf einen guten Konsens geeinigt werden konnte.

### C5.4 Mit-Eigentum der Mitarbeiter

SI C5.4 - 30%

Das Eigentum ist zu drei gleichen Teilen auf die mitarbeitenden Gründer verteilt. Angestellte sind bisher nicht am Unternehmen beteiligt. Es gibt aber Überlegungen hieran Änderungen vorzunehmen und die Möglichkeit der Beteiligung deutlich zu vereinfachen. Bereits bei den Gründungsgesprächen wurde die langfristige Beteiligung von Mitarbeitern diskutiert und ernsthaft in Erwägung gezogen.

# DI Ethisches Verkaufen

## I.1 Gesamtheit der Maßnahmen für eine ethische Kundenbeziehung

SI DI.1 - 80%

Unsere Kunden sind Unternehmer aus kleinen und mittelständischen Unternehmen und deren Mitarbeiter. Im weit gefassten Sinn profitieren durch die Sicherung der Zukunftsfähigkeit und Entwicklung der internen Abläufe auch die Kunden unserer Kunden von der Wirkung unserer Maßnahmen. Wir begegnen all unseren Kunden stets auf Augenhöhe und sehen uns als gleichgestellte Partner. In der Außenkommunikation präsentieren wir unser Tun umfangreich und komplett frei von reißerischer Werbung. Unser Marketing-Mix besteht hauptsächlich aus den Bereichen des Empfehlungsmanagements, der Erweiterung & Verbreitung unseres Newsletters, des Online-Marketings, der Verbreitung in Social-Media-Kanälen, die Präsentation in Vorträgen und die Präsentation auf Messen.

In Gesprächen mit unseren Kunden analysieren wir den Entwicklungsbedarf, um das Unternehmen langfristig gesichert aufzustellen. Hierbei werden keine Maßnahmen verkauft, die das Unternehmen nicht benötigt. Wir vermitteln unseren Kunden das WirkWandel-Modell.



Eine der tragenden Säulen ist hierbei der Punkt "passende Kunden". Wir ermutigen unsere Kunden sich damit auseinanderzusetzen, welche Kunden sie sich wünschen. Bei der Gründung stand diese Frage stets im Mittelpunkt. Wir haben beschlossen uns einzig und allein auf die Unternehmen aus dem Sektor der KMU zu fokussieren. Somit haben wir uns bewusst gegen Großunternehmen mit großen Beratungsbudgettöpfen entschieden. Neben der Gruppierung der Unternehmensgröße ist es für uns von Bedeutung, welche Ziele unsere Kunden verfolgen. So haben wir auch in der Startphase Aufträge abgelehnt, die sich auf das bloße Schulen von Vertriebsmaßnahmen beschränkt haben und nicht die Ganzheitlichkeit der Maßnahmen betreffen. Wir sind davon überzeugt, dass Unternehmer & Entscheider nach der Prozessbegleitung oder auch durch Inanspruchnahme von Trainings / Coachings die Möglichkeit haben, selbstständig das Unternehmen zukunftsfähig auszurichten. Dadurch können Arbeitsplätze gesichert und eventuell auch Neue geschaffen werden. Die Dienstleistung ist somit absolut sinnvoll und ethisch korrekt. Wie wir im Marketing-Mix erwähnt haben, bewerben wir unser Unternehmen auf Social Media Kanälen und in Online-Suchmaschinen. Wir sind uns im Klaren darüber, dass diese Unternehmen gesellschaftlich in punkto Datenschutz und des Missbrauches von der Marktmacht kritisch gesehen werden. Wir sind im Werbebereich allerdings davon abhängig auf diese Form der Verbreitung zurückzugreifen. Wir achten sehr auf Datenschutzrichtlinien und gehen sehr sensibel mit den uns zur Verfügung gestellten Informationen um.

## DI.2 Produkttransparenz, fairer Preis und ethische Auswahl der Kundinnen

SI DI.2 - 70%

Unsere Angebotspreise sind auf den Markt und die Budgets von KMUs ausgerichtet. Im Vergleich mit großen Beratungsunternehmen sind unsere Preise im niedrigen Segment. Im Vergleich mit unseren direkten Mitantbietern befinden wir uns im Mittelfeld. In Gesprächen mit Kunden haben wir die

Rückmeldung erhalten, dass unsere Preise als gerechtfertigt und im Preis-Leistungs-Verhältnis als überdurchschnittlich angesehen werden. Dies sind direkte Rückmeldungen. Eine aktive Befragung hat noch nicht stattgefunden. Unsere Dienstleistung wird in der Regel nach halben oder ganzen Tagessätzen abgerechnet. Der Kunde erfährt jederzeit transparent, wie viel Arbeit angefallen ist. Im Vorfeld wird dem Kunden mitgeteilt, mit welchem Stundenkontingent zu rechnen ist. Ist es absehbar, das sich das Stundenkontingent erhöhen wird, wird dieses mit dem Kunden rechtzeitig vereinbart.

### D1.3 Umfang der Kundinnen-Mitbestimmung/ gemeinsame Produktentwicklung / Marktforschung

SI D1.3 - 80%

Unsere Kunden sind vom Anfang bis zum Ende in den Prozess eingebunden. Wir analysieren gemeinsam mit dem Unternehmen die notwendigen Maßnahmen und erstellen daraufhin das individuelle Angebot. Dieses wird gemeinsam mit dem Kunden besprochen und letzte Fragen geklärt. Während der Prozessbegleitung ist es für uns elementar, dass die Mitarbeiter so umfangreich wie möglich in die Gestaltung eingebunden sind. Reine Top Down - Entscheidungen über die Köpfe der Angestellten werden aktiv vermieden und der Erfolg ins gesamte Unternehmen getragen. Ohne das aktive Mitwirken unserer Kunden und den stetigen Austausch mit unseren Kunden können wir unsere Leistungen nicht erbringen.

Im Bereich der Veranstaltungsplanung können wir bei der Terminierung nicht immer alle Kundenwünsche berücksichtigen. Auf Grund der gesammelten Kenntnisse über unsere Zielgruppe wird deren Zeitmanagement berücksichtigt und die Termine danach ausgerichtet.

## D1.4 Service-Management

SI D1.4 - 70%

Wir sind sehr stark an langfristigen Kundenbeziehungen interessiert. Dies haben wir in unserer Organisationsstruktur verankert. Unsere Berater werden in den einzelnen Maßnahmen und der Koordinierung und Durchführung von Terminen durch Begleiter unterstützt. Hauptaufgabe ist die kontinuierliche Kontaktpflege und umgehende Beantwortung aller Kundenanfragen. Wir sind für unsere Kunden von Montag bis Freitag in den Kernarbeitszeiten per Telefon und eMail zu erreichen. Schulungen, Workshops und persönliche Termine können auch außerhalb dieser Kernzeit vereinbart werden. Dienstleistungen haben im Vergleich zu Produkten den Nachteil, dass diese schwerer zu greifen und zu beschreiben sind. Wir sind somit auch auf Empfehlungen angewiesen. Ohne ein funktionierendes Service-Management würden wir uns selbst konterkarieren. Darüber hinaus coachen wir uns regelmäßig intern, führen interne Supervisionen durch und sensibilisieren somit stetig auch den Service-Gedanken.

## D2 Solidarität mit Mitunternehmern

### D2.1 Offenlegung von Informationen + Weitergabe von Technologie

SI D2.1 - 20%

Ein Konkurrenzdenken findet in unserem Unternehmen nicht statt. Berater, die an dem WirkWandel-Gedanken interessiert sind, können mit uns in direkte Kommunikation treten. Diese Gespräche sind mittlerweile so weit fortgeschritten, dass wir erste Kooperationen mit Beratern führen und deutschlandweit strategische Partner gewinnen konnten. Wir grenzen uns von Mitanbietern klar ab, die nicht unsere Werte und Ansichten vertreten, führen aber keine Kommunikation gegen diese Anbieter. Auch mit unseren Lieferanten



und Rednern auf Veranstaltungen finden wir in Gesprächen Lösungen, die für alle Beteiligten das Optimum darstellen. Wir teilen unser Wissen und unsere Erfahrungen in unserem Blog und Newsletter. Da sich unser Know-how zum Großteil aus der Persönlichkeit der Berater bezieht, ist eine Weitergabe tendenziell schwierig.

Einen Jahresabschluss haben wir auf Grund der Neugründung bisher nicht veröffentlichen können. Aktuelle Finanzaufstellungen wie Kontodaten und GuV-Übersichten werden nicht veröffentlicht.

## D2.2 Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen und Finanzmitteln; kooperative Marktteilnahme

SI D2.2 - 40%

Es erreichen uns auch Anfragen, die wir direkt nicht bearbeiten können. Wir geben diese an unsere nachgelagerten und ebenfalls kooperativen Kollegen weiter.

In einer direkten Maßnahme unterstützt Gründer Michael Grau eine ehemalige Kollegin bei der Durchführung von Veranstaltungen. Neben der aktiven Mitwirkung stellen wir hierbei zusätzlich Mittel zur Verfügung. Das WirkWandel-Netzwerk soll stetig wachsen. Somit stehen wir Mitantbietern und Beratern offen gegenüber, die sich dem WirkWandel-Gedanken anschließen möchten. In einem persönlichen Gespräch muss die Passgenauigkeit zu den WirkWandel-Werten erörtert werden.

## D2.3 Kooperatives Marketing

SI D2.3 - 60%

Unsere Werbemaßnahmen sind noch sehr begrenzt. Wir nehmen definitiv keine diskriminierende Bewertung unserer Mitbewerber vor. Bei der Verbreitung von Veranstaltungen kooperieren wir mit den nahestehenden Beratern und binden unsere Kunden aktiv mit ein. Hierbei werden die gegenseitigen Kontaktverteiler zur Verbreitung von Veranstaltungen genutzt. Unser Hauptaugenmerk liegt auf der Empfehlung der Kunden. Eine telefonische Kaltakquise findet nicht statt.

## D3 Ökolog. Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen

### D3.1 Dienstleistungen im ökologischen Vergleich zum Mitantbieter

SI D3.1 - 50%

In unserer Arbeitsweise unterscheiden wir uns von einer Vielzahl der Mitantbieter. Wir gehen verantwortungsbewusst mit Ressourcen um und nutzen beispielsweise Moderationskarten und Flipcharts doppelseitig. Auf Grund unserer regionalen Ausrichtung sparen wir viele Wege und verzichten gänzlich auf ein sogenanntes "jetsetzen". Wir fahren mit der Bahn oder in Fahrgemeinschaften. Unsere Handouts werden im Vorfeld oder spätestens nachträglich übermittelt und somit ein unnötiges Drucken vermieden.

## D3.2 Aktive Gestaltung für ökologische Nutzung und suffizienten Konsum

SI D3.2 - 20 %

Durch die optimale Gestaltung von Prozessen kommt es häufig zu Ressourceneinsparungen. Die Dienstleistung ist aber nicht explizit darauf ausgerichtet. Unsere Leistungen wirken einem suffizienten Lebensstil aber definitiv nicht entgegen.

## D3.3 Kommunikation: Aktive Kommunikation ökologischer Aspekte den Kunden gegenüber

SI D3.3 - 10%

In unseren Beratungen sensibilisieren wir die Menschen zu neuen Blickwinkeln. Ein sehr großer Fokus liegt hierbei im wertschätzenden Umgang. Es ist anzunehmen das Menschen, die sich in ihrem Verhalten mehr Wert schätzen, sich auch wertschätzender und bewusster gegenüber der Ökologie verhalten werden. Es gibt aber keine Systematisierung.

## D4 Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen

### D4.1 Erleichterter Zugang zu Informationen/ Produkten/ Dienstleistungen für benachteiligte Kunden-Gruppen

SI D4.1 - 20%

Unser Produkt "Entwicklung von strukturschwachen Regionen" beschäftigt sich explizit mit der Auseinandersetzung und Stärkung strukturschwacher Regionen.

Hierbei bilden wir gemeinsam mit Unternehmen aus der Region Gruppen, die sich aktiv mit uns und mit der Entwicklung der Unternehmen der Region beschäftigen. Unsere Zielgruppe sind Unternehmen aus dem Bereich der KMU. Von daher sind unsere Angebote an die Möglichkeiten von Unternehmen aus diesem Bereich angepasst.

### D4.2 Förderungswürdige Strukturen werden durch Vertriebspolitik unterstützt

SI D4.2 - 20%

Wir behandeln alle unsere Kunden gleich. Es gibt keine Sonderangebote für besonders große, oder sonderlich kleine Unternehmen. Eventuell kann es beim Ticketverkauf von Veranstaltungen zu Mehrkaufaktionen kommen. Im Service gibt es ebenfalls keine Abstriche der Betreuungsqualität.

## D5 Erhöhung des sozialen und ökolog. Branchenstandards

SI D5 - 10%

Wir erzielen bei unseren Kunden einen Wandel im Bezug auf die Wertschätzung zu ihren Mitarbeitern und Menschen mit denen sie zusammen arbeiten. Durch unsere branchenübergreifende Tätigkeit haben wir eine Strahlkraft weit über die eigene Branche hinaus. Auch wenn wir uns vom Branchendurchschnitt in vielerlei Hinsicht positiv unterscheiden, wäre es vermessen zu behaupten, dass wir in den zehn Monaten unseres Bestehens einen größeren Einfluss auf die Branchenstandards nehmen konnten. Aber einige erste Schritte sind zu verzeichnen.

## El Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Dienstleistungen

El.I Dienstleistungen decken den Grundbedarf oder diesen der Entwicklung der Menschen/ der Gemeinschaft/ der Erde und generieren positiven Nutzen

SI El.I - 90%

Alle Dienstleistungen decken Grundbedürfnisse in Hinsicht auf die langfristige Überlebensfähigkeit von Unternehmen und Organisationen ab. Unsere sehr starke Orientierung am Menschen und die Vermittlung von wertschätzender und offener Kommunikation unterstreicht die Entwicklung der Menschen. Wir sind angetreten um die Arbeitsumgebung und die Wohlfühlatmosphäre aller im Unternehmen Tätiger besser und optimaler zu gestalten. In Betrachtung der Grundbedürfnisse von Manfred A. Max-Neef finden wir uns in den Bereichen Lebensgrundlage (Arbeit), Sicherheit (Arbeitsplatzsicherheit), Beziehung (Vernetzung auf Veranstaltungen), Bildung (Wissensvermittlung & Kommunikationstraining), Identität (Wertevermittlung) sowie Menschenwürde (absolute Gleichberechtigung) wieder. Die Bereiche Freizeit (gewonnener Freiraum durch Prozessoptimierung) und Kunst (Freisetzen von kreativen Gedanken) werden lediglich beiläufig positiv beeinflusst.

## Analyse der von uns angebotenen Dienstleistungen

Kontinuierliche Prozessbegleitung  
Unternehmensberatung / -entwicklung  
Qualitätsmanagementbegleitung

Bei der ganzheitlichen Betrachtung des Unternehmens analysieren wir gemeinsam mit dem Unternehmer und den Mitarbeitern Führung, Prozesse und Strukturen, entwickeln diese zur langfristigen Zukunftssicherheit. Somit tragen wir aktiv zum Erhalt und Ausbau von Arbeitsplätzen bei. Es geht uns bei der Beratung & Entwicklung von Unternehmen vordergründig nicht um die Maximierung der Rendite, aber eine finanzielle Basis ist eine Grundvoraussetzung für die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens.

## Training / Coaching

Der Anspruch an die Führungskräfte ist gewachsen. Alteingesessene "von oben nach unten" - Führungsstile sind überholt und stoßen in Unternehmen immer seltener auf fruchtbaren Boden. Wir unterstützen Führungskräfte darin, den Blickwinkel zu ändern, wirksame Führungstechniken zu erfahren und geben ihnen Kommunikationswerkzeuge mit auf den Weg, mit denen ein wertschätzender Umgang möglich wird. Unsere Überzeugung: Mit der Qualifizierung und Befähigung zum Handeln der Führungskräfte steigt auch die Begeisterungskultur in den Unternehmen.

## Entwicklung von strukturschwachen Regionen

Mit unserer Dienstleistung "Entwicklung von strukturschwachen Regionen" orientieren wir uns noch mehr am Gemeinwesen. Wir betrachten gemeinsam mit Firmenvertretern aus diesen Regionen die Stärken der Unternehmen und heben die Wirkung dieser für die Region aktiv hervor. Unser Ansatz ist es durch die Entwicklung der Wirksamkeit der regionalen Unternehmen die Region zu stärken. Dadurch sorgen wir für einen aktiven Austausch und somit einen Erhalt / Vermehrung von Arbeitsplätzen.

## Veranstaltungsorganisation

In unseren Veranstaltungen bringen wir Menschen zum gesellschaftlichen und unternehmerischen Austausch zusammen. Dieser Austausch ist seit jeher ein Grundbedürfnis. Die Nutzer der Veranstaltungen sind in der Regel Führungskräfte und Unternehmer aus unterschiedlichsten Branchen. Sie haben somit die Möglichkeit, Einblicke in komplett andere Unternehmens- und Führungsstrukturen zu erhalten und voneinander zu lernen. Durch begleitende Impulsvorträge wird darüber hinaus praxisorientiertes Wissen vermittelt.

## Vermittlung von Leistungen

Bei der Vermittlung von Leistungen empfehlen wir unsere Lieferanten und Partner aktiv weiter. Der Empfehlungsempfänger kann sich dabei darauf verlassen, dass wir das empfohlene Unternehmen kennen und es dem WirkWandel-Gedanken entspricht. Es entsteht somit eine Win-Win-Situation für den Empfohlenen und den Empfänger.

## E1.2 Ökologischer und sozialer Vergleich der Produkte/ Dienstleistungen mit Alternativen mit ähnlichem Endnutzen

SI E1.2 - 60%

Die Unternehmensausrichtung hebt sich in punkto sozialer Aspekte deutlich vom Branchendurchschnitt ab. Der Durchschnitt der Beratungsunternehmen richtet sein Fokus auf die Optimierung des Unternehmens zur Profitmaximierung und Renditesteigerung aus. Selbstverständlich dienen auch unsere Produkte zur Sicherung des Bestehens des Unternehmens, jedoch ist dieses ein nachgelagertes Ziel und der Gewinn eher ein Mittel als der Zweck des Ganzen. Durch die Optimierung von Prozessen beeinflussen wir Abläufe positiv und können somit der Verschwendung von Ressourcen entgegenwirken und passiv einen Beitrag für die Umwelt leisten. Ein Großteil der Beratungsunternehmen sind Ein-Personen-Unternehmen (EPU). Wir haben uns bewusst für die Beschäftigung von Mitarbeitern entschieden und haben bereits im

Gründungsjahr unseren ersten Mitarbeiter unbefristet eingestellt. Die im Gründungsjahr getroffene Entscheidung, sich GWÖ bilanzieren zu lassen, unterstreicht die Abgrenzung zu den meisten Mitbietern. In Betracht gezogen werden sollte, inwieweit unsere Beratungen online oder via Skype zur Reduzierung von umweltunfreundlichen Reisen beitragen könnte. Hierbei muss aber sicher gestellt werden, dass die Qualität der Dienstleistung beibehalten wird. Auch die Ausrichtung unserer Veranstaltungen hebt sich vom Branchenstandard ab. Wir wählen unsere Veranstaltungsorte nach regionalen Kriterien. Damit mehrere kleine Anbieter von unseren Veranstaltungen profitieren können, wechseln wir regelmäßig die Veranstaltungsorte. Die Essensverpflegung wird grundsätzlich nach biologischen und regionalen Kriterien getroffen. Bei den Getränken beziehen wir die Angebote der Veranstaltungsorte, dieses spart aus unserer Sicht erhebliche Lieferwege und lässt die Raumgeber zusätzlich von der Veranstaltung profitieren.

## E2 Beitrag zum Gemeinwesen

### E2.1 Leistungen

SI E2.1 - 20%

Es werden erste kleine Maßnahmen durchgeführt. In diversen Gruppengesprächen haben wir unsere Erfahrungen und unser Wissen kostenfrei an Studenten weitergegeben und helfen diesen somit beim Start in das Arbeitsleben. Darüber hinaus gibt es eine Unterstützung von Pro-boneo, einer Organisation aus dem Pro-Bono-Bereich. Diese Unterstützung besteht bisher aus dem gegenseitigen Wissensaustausch. Die ungefähre Gesamtstundenmenge pro Monat beträgt 6-8 Stunden.

## E2.2 Wirkungen

SI E2.2 - 20%

Die Wirkung bei den Gesprächen mit den Studenten entfaltet sich unmittelbar. Diese können die praktischen Tipps in ihren Alltag integrieren. Das Pro-Bono-Engagement hat bisher keine uns bekannte Wirkung erzielt.

## E2.3 Intensität

SI E2.3 - 20%

Die ersten vereinzelt Maßnahmen sind ausbaufähig und können sich systematisieren lassen.

# E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

## E3.1 Absolute Auswirkungen

SI E3.1 - 0% %

Wir nutzen unser Bürogebäude erst seit Januar 2015. Wir haben somit aktuell keinerlei Verbrauchswerte vorliegen und können keine Berechnung der Kennzahlen vornehmen. Das Büro ist mit separaten Strom-, Wasser- und Heizungszählern ausgestattet. Eine Überprüfung im Jahr 2016 ist somit möglich. Die getrennte Müllentsorgung erfolgt (vom gesamten Bürohaus genutzt und ebenfalls) in getrennten Müllcontainer.

## E3.2 Relative Auswirkungen

SI E3.2 - 20%

Im Vergleich zum Branchendurchschnitt schätzen wir uns positiv ein. In den meisten Beratungsunternehmen werden Schulungsutensilien nicht doppelt verwendet. Auch der klare Verzicht auf Inlandsflüge und die tägliche Anreise per Fuß, Bahn und/oder Fahrrad unterscheidet sich von unseren Mitbietern. Entwicklungspotenzial haben wir im Beschaffungsmanagement für die Büromaterialien. Flipcharts könnten langfristig durch die Verwendung von Tafeln ersetzt werden.

## E3.3 Management und Strategie

SI E3.3 - 10%

Umweltauswirkungen des Unternehmens werden in Teamsitzungen besprochen und die Möglichkeit der zukünftigen Optimierung diskutiert. Klare Zielsetzung und Strategien sind aktuell nicht verankert und niedergeschrieben.

# E4 Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung

SI E4.1 - 100 % E4.2 - trifft nicht zu

Alle Gesellschafter des Unternehmens sind mit Leidenschaft und Tatendrang tätig. Es gibt keine externen Finanzierer die am Erfolg des Unternehmens profitieren. Zum Ende des Bilanzierungsprozess wird eine weitere Gesellschafterin hinzukommen und das Unternehmen mit ihrer Arbeitskraft zusätzlich voranbringen. Alle grundlegenden Entscheidungen müssen von den Gesellschaftern einstimmig getroffen werden. Im Jahr 2015 gab es keine Gewinne zu verzeichnen. Es ist davon auszugehen, dass in den nächsten drei Jahren alle Gewinne thesaurisiert werden.

## E5 Gesellschaftl. Transparenz und Mitbestimmung

### E5.1 Transparenz

SI E5.1 - 10%

Wir berichten auf unserer Homepage umfangreich über unsere Arbeitsweise und legen unsere Werte und Ansichten klar dar. Alle Menschen, die sich zur Initiative bekennen, sind mit Bild und Klarnamen abgebildet und berichten über ihre Erfahrungen mit dem WirkWandel. In einem regelmäßigen Blog und Newsletter berichten wir transparent über Neuerung in den Abläufen. Allen Anspruchsgruppen stehen wir offen für Fragen gegenüber und laden hierzu ein. Auf jeder einzelnen Homepageseite können direkt Kommentare hinterlassen werden.

### E5.2 Mitbestimmung

SI E5.2 - 30%

Bereits im Gründungsprozess wurden eine Vielzahl von Mitanbietern, Unternehmen und potentiellen Arbeitnehmern in die Produktgestaltung einbezogen. Nur durch das Zuhören bei allen drei Anspruchsgruppen war es uns möglich Dienstleistungen zu kreieren, die allen gleichermaßen zu Gute kommt. Bei Mitanbietern ist die Mitbestimmung aktuell so weit vorangeschritten, dass über die Integration und Teilhabe intensiv diskutiert wird.

Die Kundenseite wird stets in den Prozess der Angebotserstellung und Leistungserbringung mit eingebunden. Der Kunde hat also eine direkte Mitbestimmung.

## Ausblick

### Kurzfristige Ziele

Unser kurzfristiges Ziel ist es die erkannten Verbesserungsmaßnahmen sukzessive umzusetzen und eine Verbesserung der Bilanz in zwei Jahren zu erreichen. Da hierbei eine Vielzahl von Indikatoren hinzukommen werden und einige zum ersten Mal messbar sein werden, ist dieses ein sehr anspruchsvolles Ziel. Wir werden unsere Zusammenarbeit mit GWÖ bilanzierten Unternehmen ausbauen und unser Beschaffungsmanagement in diese Richtung erweitern.

Wir werden mindestens zwei Menschen aus unserem Unternehmen zu GWÖ-Beratern ausbilden. Unser Ziel ist es uns als GWÖ-Berater in Berlin und Umgebung zu positionieren und bereits erste Unternehmen bei der Bilanzierung zu begleiten.

Wir werden unseren Anspruchsgruppen die GWÖ bekannt machen und dadurch für das Thema sensibilisieren.

### Langfristige Ziele

Es ist unser Ziel weitere Zweigstellen mit der WirkWandel-Werteorientierung zu eröffnen. Diese Zweigstellen werden ebenfalls GWÖ bilanziert sein und jeweils mit mindestens einem GWÖ-Berater besetzt sein.

Wir beziehen mittlerweile die überwiegende Mehrheit unserer Produkte bei GWÖ bilanzierten Unternehmen und haben somit auch eine positive Auswirkung auf unsere eigene Bilanz.

### EU Konformität

Die vorliegende Bilanzierung erfüllt alle Standards hinsichtlich einer Veröffentlichung eines nicht-finanziellen Jahresabschluss, welcher ab 2017 für größere Unternehmen verpflichtend ist.



## Prozessbeschreibung der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Im Einstellungsgespräch im September 2015 mit Herrn Philipp Wodara wurde bereits eine erste Diskussion zum Thema GWÖ geführt. Dabei war es ein klares Ziel sich langfristig mit der GWÖ und der dazugehörigen Bilanzierung zu befassen und das Unternehmen im Jahr 2016 zu bilanzieren. Bei der tieferen Auseinandersetzung mit der GWÖ im Zusammenhang mit dem WirkWandel sind wir auf die Peer-Evaluierung in Berlin aufmerksam geworden und haben uns zur Teilnahme entschieden. Vom ersten Bilanzierungstermin bis zur abschließenden Pressekonferenz waren lediglich fünf Wochen angesetzt. In fünf vollen Workshop-Tagen wurden gemeinsam mit den Beraterinnen und der Peer-Gruppe die einzelnen Sub-Indikatoren erarbeitet und die spezifischen Ansprüche eingegangen. Durch die branchenübergreifende Besetzung der Gruppe wurden eine Vielzahl von Erfahrungen und Blickwinkel zusammengetragen. Besonders hervorzuheben ist der Tag der Bewertung. In einem 13 Stunden-Marathon haben sich die Vertreter vom Quartiermeister, CORONA, WirkWandel, GefAA & Rolf Sukowski gegenseitig bewertet und die einzelnen Bilanzen analysiert. Es ist faszinierend zu sehen mit wie viel Spaß auch an einem Samstag 13 Stunden "Arbeit" vergehen können. Zur Einhaltung des Subindikators C1 wurde als Ausgleich für ein verlängertes Wochenende gesorgt.

Die Bilanz wurde federführend von Herrn Wodara erstellt. In mehreren Gesprächen in der Teamsitzung, in speziell angesetzten GWÖ-Klärungsgesprächen und der abschließenden internen Abstimmung waren alle Gründer (Frau Dr. Annerose Giewoleit, Frau Anja Rakowski, Herr Michael Grau) des Unternehmens beteiligt. In wenigen Ausnahmen wurden auch Lieferanten (z.B. Vermieter, Marketing) und Kunden mit einbezogen. In Betracht der Kürze der Zeit und der erst in 2015 erfolgten Gründung lag hierin nicht der Schwerpunkt. Im erheblichen Maße ist auch die hervorragende Peer-Evaluierungsgruppe und die beiden GWÖ Beraterinnen zu erwähnen. Der Zeitumfang lag bei ca. 70 - 80 Stunden.

Folgende Personen sind zu erwähnen

### Aus der Peer-Gruppe

David Griedelbach & Peter Eckert vom Quartiermeister

Uwe Zimmermann von CORONA Bürotechnik

Franziska Kreich & Juliane Reiber von UnternehmensGrün

Rolf Sukowski von OWUS, Dozent & Beratungsstelle für Lohnsteuerhilfe

Janine Wohlers & Vincent Steinl von BildungsCent

Heinz Weisshuhn von GefAA

### Als Beratungsteam

Urte Töpfer & Anne Berg

## Genderstatement

Die vorliegenden Texte beziehen sich auf Frauen und Männer gleichermaßen. Aus Gründen der Vereinfachung und der Lesefreundlichkeit haben wir auf eine genderneutrale Formulierung verzichtet. Wir haben in der Vergangenheit viele Formen des genderneutralen Formulierens ausprobiert und in den Texten, Grafiken und Artikeln verwendet. Vieles davon hat die Texte im Web und in Dokumenten (durch zusätzliche Umbrüche und lange Wortgebilde) extrem leserunfreundlich gemacht. Vor allem in Grafiken hat die konsequent gegenderte Form das Bild verzerrt und somit negative Auswirkungen gehabt. Wir haben uns dazu entschlossen, die in Gesetzestexten verwendete Form beizubehalten. Wir distanzieren uns ausdrücklich von jedweder Diskriminierung. Jegliche Form der Diskriminierung widerspricht gänzlich unseren Werten, unserem Menschenbild und würde in keinsten Weise zur Ausrichtung der WirkWandel Impuls GmbH passen. Wir hoffen diesbezüglich auf das Verständnis unserer Leser, Kunden, Partner und allen anderen Anspruchsgruppen.

Berlin, den 30.11.2015