

ajaa! präsentiert

---



## Gemeinwohlokonomie - Bericht

2016 / 2017

---

Raphael Stäbler

4e solutions GmbH – Alfatec-Straße 1 – 70794 Filderstadt

Tel.: 0711 90740071 Mail: [info@ajaa.de](mailto:info@ajaa.de)

# TESTAT : PEER EVALUIERUNG

GEMEINWOHL-  
BILANZ 2016

für Aiaa, 4e solutions GmbH  
BegleiterIn Bernd Michael Wanke

WERT	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Demokratische Mitbestimmung & Transparenz
<b>BERÜHRUNGSGRUPPE</b>	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement				
<b>A) Lieferantinnen</b>	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement				
<b>B) GeldgeberInnen</b>	B1: Ethisches Finanzmanagement				
<b>C) MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen</b>	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung <input type="text" value="70"/> %	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit <input type="text" value="90"/> %	C3: Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen <input type="text" value="50"/> %	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens <input type="text" value="100"/> %	C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz <input type="text" value="70"/> %
<b>D) KundInnen / Produkte / Dienstleistungen / Mitunternehmern</b>	D1: Ethische Kundenbeziehung <input type="text" value="70"/> %	D2: Solidarität mit Mitunternehmern <input type="text" value="30"/> %	D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen <input type="text" value="90"/> %	D4: Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen <input type="text" value="40"/> %	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards <input type="text" value="0"/> %
<b>E) Gesellschaftliches Umfeld:</b> Region, Souverän, zukünftige Generationen, Zivilgesellschaft, Mitmenschen und Natur	E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / DL <input type="text" value="90"/> %	E2: Beitrag zum Gemeinwesen <input type="text" value="80"/> %	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen <input type="text" value="50"/> %	E4: Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung <input type="text" value="100"/> %	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung <input type="text" value="0"/> %
<b>Negativ-Kriterien</b>	Verletzung der ILO-Arbeitsnormen/ Menschenrechte Menschenunwürdige Produkte, z.B. Tretminen, Atomstrom, GMO Beschäftigung bei / Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen <input type="text" value="0"/>	Feindliche Übernahme Sperrpatente Dumpingpreise <input type="text" value="0"/> <input type="text" value="0"/> <input type="text" value="0"/>	Illegitime Umweltbelastungen Verstöße gegen Umweltauflagen Geplante Obsoleszenz (kurze Lebensdauer der Produkte) <input type="text" value="0"/>	Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens Arbeitsplatzabbau oder Standort-verlagerung bei Gewinn Umgehung der Steuerpflicht Ungemessene Verzinsung für nicht mitarbeitenden Gesellschafter <input type="text" value="0"/> <input type="text" value="0"/> <input type="text" value="0"/>	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Töchter Verhinderung eines Betriebsrats Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbies / Eintragung in das EU-Lobbyregister Exzessive Einkommensspreizung <input type="text" value="0"/> <input type="text" value="0"/> <input type="text" value="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 30.03.2020

**BILANZSUMME 690**

---

## INHALT

---

Vorwort	3
Tätigkeitsbereich	3
Negativkriterien	3
A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSMANAGEMENT (80%)	4
B1 ETHISCHES FINANZMANAGEMENT (50%)	4
C1 ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GLEICHSTELLUNG (70%)	5
C2 GERECHTE VERTEILUNG DER ERWERBSARBEIT (90%)	6
C3 FORDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITER (50%)	7
C4 GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS (100%)	7
C5 INNENBETRIEBLICHE DEMOKRATIE UND TRANSPARENZ (70%)	7
D1 ETHISCHES VERKAUFEN (70%)	8
D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN (30%)	9
D3 ÖKOLOGISCHE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN (90%)	10
D4 SOZIALE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN (40%)	11
D5 ERHÖHUNG DES SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS (0%)	11
E1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE/DIENSTLEISTUNGEN (90%)	11
E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN (80%)	12
E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN (50%)	12
E4 GEMEINWOHLORIENTIERTE GEWINNVERTEILUNG (100%)	13
E5 GESELLSCHAFTLICHE TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG (0%)	13
GEMEINWOHLMATRIX & ERGEBNISSE	14

---

---

# UNTERNEHMEN

**Firmenname:** 4e solutions GmbH – Marke: ajaa!

**Eigentums- und Rechtsform:** GmbH, Geschäftsführender Gesellschafter ist Raphael Stäbler

**Branche:** Produkte aus nachwachsenden Rohstoffen in Haushaltswarenbereich und Verpackungsindustrie

**Anzahl der Mitarbeiter:** 1 Geschäftsführer, 1 Vertriebsleiter, 1 Praktikant

**Sitz:** Filderstadt

**Berichtszeitraum:** 25.11.2016 – 01.08.2017

---

## Vorwort

Das erste Mal sind wir auf die GWÖ gestoßen durch einen Studenten, der bei uns seine Bachelorarbeit geschrieben hatte. Sein Professor riet ihm die Gemeinwohlökonomie näher anzuschauen und somit kamen wir mit ihr in Berührung. Bei genaueren Hinschauen haben wir erkannt, dass wir uns auf der nachhaltigen sowohl als auch sozialen Ebene gut entwickelt haben, aber es gab da so viel mehr, was man noch verbessern könnte, also haben wir uns dazu entschieden, in die GWÖ beizutreten. Uns hat es am Anfang überrascht, wie viel doch in unseren Unternehmen intuitiv richtig gemacht wird. Um sozial und ökologisch zu wirtschaften, ist die GWÖ eine sinnvolle Hilfestellung.

Raphael Stäbler – Unternehmer



---

## Tätigkeitsbereich

Die 4e solutions GmbH, besser bekannt unter dem Markennamen „ajaa!“, stellt seit 2012 hochwertige Aufbewahrungsboxen aus nachwachsenden Rohstoffen her. Unser Unternehmen steht für eine plastikfreie und ökologisch sinnvolle Aufbewahrung für Lebensmittel, die sowohl dem Menschen als auch der Umwelt zugutekommt. Seit 2015 stellt unsere Firma auch eine farbenfrohe und plastikfreie Brotbox her, die unter dem Markennamen „Nana Brotbox“ (Nana steht für natürlich nachwachsend) bekannt ist. Alle verwendeten Rohstoffe sind zu 100% nachwachsend und enkelfähig.

---

## Negativkriterien

Hiermit bestätigt die 4e solutions GmbH mit der Marke ajaa!, dass keine der Negativkriterien erfüllt werden

---

---

# GWÖ Kriterien und deren Beschreibung

---

## A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSMANAGEMENT (80%)

---

### A1.1 Berücksichtigung regionaler, ökologischer und sozialer Aspekte bzw. höherwertiger Alternativen (88%)

ajaa! verwendet den Zuckerrohrsaft, der als Reststoff in Brasilien bei der Ethanolproduktion entsteht. Aus ihr wird ein Biopolymer gewonnen. Auch das Carnaubawachs, welches ebenso ein Bestandteil von unseren Produkten ist, stammt von brasilianischen Palmen und ist in vielen alltäglichen Produkten wie Lippenstift, Schokolade und in Medikamenten enthalten. Die Mineralien (Kalk) stammen aus Europa. Alles zusammen wird in Baden-Württemberg zu einem Bio-Kunststoff zusammengefügt und erhält durch die Rohstoffe die gewünschten Eigenschaften der ajaa! Produkte.

Auch die Herstellung der ajaa! Produkte findet regional statt und wird unter Berücksichtigung von ethischen und sozialen Standards durchgeführt.

*Verbesserungspotenzial: Anregung, den Produktionspartner auf Öko-Strom umstellen.*

### A1.2 Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken von zugekauften Produkten/ Dienstleistungen und Prozesse zur Sicherstellung (80%)

Zu unseren zugekauften Produkten gehören die Hilfsstoffe, die bei Verpackung und Marketing benutzt werden. Unser Flyer sowohl als auch Broschüren werden genauso wie Banderolen für Produkte in einer Umweltdruckerei auf ökologisch zertifiziertem Papier gedruckt.

Das Verpackungsmaterial und die Displays zur Verkaufsförderung stammen von einem regionalen Lieferanten.

*Verbesserungspotenzial: den Lieferanten des Verpackungsmaterials auf ökologische Standards hinweisen.*

### A1.3 Strukturelle Rahmenbedingungen zur fairen Preisbildung (80%)

Ajaa! verfolgt faire Preisbildung vom Materialeinkauf über die Produktion bis zum Verkauf der Ware an jeweilige Vertriebsstufen wie Großhandel, Einzelhandel bis zum Konsumenten.

Wir verfolgen eine langfristige kooperative Lieferantenbeziehung und verzichten auf rein preislich getriebene Beschaffungsprozesse.

---

## B1 ETHISCHES FINANZMANAGEMENT (50%)

---

### B1.1 Institutionalisierung (60%)

Bei der Auswahl von unserer Hausbank haben wir sowohl auf die Art des regionalen Engagements geachtet, als auch auf die Verbundenheit mit Nachhaltigkeit und sozialen Gedanken der jeweiligen Bank. Banken mit hoch-spekulativem Verhalten und der Ausnutzung von Gestaltungsspielräumen wurden komplett ausgeschlossen. Über unsere Hausbank, Volksbank Filder e.G., wickeln wir 90 % unserer Bankgeschäfte ab.

Da wir einen Online-Shop betreiben, bieten wir dem Verbraucher die Zahlung via PayPal an.

---

*Verbesserungspotenzial: Die Suche nach einer Alternative zur PayPal.*

### **B1.2 Ethisch-nachhaltige Qualität des Finanzdienstleisters (50%)**

Die Zusammenarbeit mit der regionalen Volksbank Filder wird vor allem durch Qualität und einer stabilen Partnerschaftsbeziehung geprägt. Die Ansprechpartner der Volksbank unterstützen uns und bauen mit uns einen Vertrauensverhältnis auf, der gerade im Geschäftsdasein wichtig ist.

### **B1.3 Gemeinwohlorientierte Veranlagung (40%)**

Das erwirtschaftete Kapital wird zum Aufbau des Unternehmens eingesetzt. Wir haben eine nachhaltige Kalkulation, um den Ansprüchen der Mitarbeiter gerecht zu werden und um ein langfristiges und gesundes Wachstum zu fördern.

Unsere Hauptinvestitionen beziehen sich auf den Unternehmensaufbau, da wir ein junges Start-Up sind und nachhaltig wachsen.

### **B1.4 Gemeinwohlorientierte Finanzierung (50%)**

ajaa! hat private Darlehen (€ 145.000) und ein Finanzierungsbetrag aus einem Crowdfunding (€ 50.100). Die Darlehenssumme der Volksbank Filder e.G. beträgt € 100.000.

## **C1 ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GLEICHSTELLUNG (70%)**

### **C1.1 Mitarbeiterorientierte Organisationskultur und -strukturen (60%)**

Bei ajaa! sind zurzeit 2 Mitarbeiter und eine Praktikantin beschäftigt. Die Organisationsstruktur ist stark mitarbeiterorientiert und Dialog findet per „Du“ und auf gleicher Ebene statt, sodass eine offene und transparente Kommunikation auf gleicher Augenhöhe stattfinden kann. Für die Einarbeitung von Praktikanten wird ausreichend Zeit eingeplant und es gibt immer einen Ansprechpartner, der eine betreuende Stelle ausübt.

Die Geschäftsführung hat mehrmals wöchentlich offene Gespräche mit den Mitarbeitern und es werden kreative Ideen ausgetauscht und die Agenda besprochen. Da alle in einem Büro sitzen, ist die Kommunikation sehr transparent und freundlich, jeder kann offen Gedanken anregen und jeweilige Anliegen besprechen.

*Verbesserungspotenzial: regelmäßig themenbezogene Feedbackgespräche einplanen.*

### **C1.2 Faire Beschäftigungs- und Entgeltpolitik (60%)**

Durch die kleine Anzahl der Mitarbeiter ist das Entgeltsystem transparent und offen kommuniziert und wird über die Geschäftsführung gesteuert. Die Praktikanten werden über den gesetzlichen Anforderungen beschäftigt.

### **C1.3 Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung einschließlich Work-Life-Balance / flexible Arbeitszeiten (80%)**

Der Arbeitsschutz wird eingehalten, jedoch werden die hauptsächlichen Tätigkeiten im Büro ausgeführt und daher müssen keine strengen Arbeitsschutzvorschriften eingehalten werden. Im Büro dürfen die Mitarbeiter flexibel ihre gesundheitsfördernden Maßnahmen einplanen und somit alle benötigten Ärzte, Therapien und Massagen besuchen, die man jedoch selbst planen sollte. Die Pausengestaltung wird teilweise mit der gemeinsamen Kantine der Nachbarfirma (Alfatec GmbH) abgestimmt, wo man ab 12 Uhr zu Mittag essen kann. Die Auswahl umfasst vegetarisches, veganes und Mahlzeiten für Allergiker. Pausen kann man flexibel gestalten.

Im Büro werden Bürostühle mit einer Rückenschonenden Lehne benutzt und somit wird es den Rückenproblemen entgegengewirkt. Die Mitarbeiter haben die Möglichkeit, bestimmte Aufgabenfelder über den Home Office auszuüben.

Es wird auf eine freundliche Gestaltung der Räume geachtet. Auch gibt es eine Süßigkeiten-Schublade, die frei für alle zugänglich ist und somit die Mitarbeiter mit guter Laune versorgt.

Des Weiteren gibt es bei ajaa! keine Hierarchie die für eine hervorragende Arbeitsklima sorgt. Es finden regelmäßig Teambesprechungen statt und man ist bemüht des Öfteren miteinander Essen zu gehen, um bestimmte Themen offen anzusprechen.

#### **C1.4 Gleichstellung und Diversität (95%)**

Beide festangestellte Mitarbeiter sind deutscher Staatsangehörigkeit. Die Praktikantin hat eine weißrussische Staatsangehörigkeit. Alle drei haben verschiedene Religionen, verschiedene Geschlechter und einer der Mitarbeiter lebt offen in einer gleichgeschlechtlichen Partnerschaft mit seinem Mann, also wird Diversität im Unternehmen gelebt und gefeiert. Alle Mitarbeiter sind auf gleicher Augenhöhe und gehen miteinander respektvoll um.

## **C2 GERECHTE VERTEILUNG DER ERWERBSARBEIT (90%)**

#### **C2.1 Senkung der Normalarbeitszeit (95%)**

Die durchschnittliche Arbeitszeit bei ajaa! liegt bei maximal 38,5 Stunden. Überstunden, die z.B. bei Messe-Auftritten anfallen, werden durch Zeitausgleich ausgeglichen.

#### **C2.2 Erhöhung des Anteils der Teilzeit-Arbeitsmodelle und Einsatz von Zeitarbeit ( bei adäquater Bezahlung) (90%)**

Bei ajaa! gibt es bei 3 Vollzeit- Mitarbeitern keine Teilzeitstelle, jedoch besteht immer die Möglichkeit es offen umzusetzen.

#### **C2.3 Bewusster Umgang mit (Lebens-) Arbeitszeit (90%)**

Es wird eine offene Arbeits- und Lebenszeitpolitik umgesetzt, wo der Anspruch nach Selbstzeitmanagement besteht. D.h. die Mitarbeiter können nach Bedarf frei Ihre persönlichen Termine und auch Bürobesuchszeiten einplanen. Bei Mitarbeiter mit Familie und Kindern besteht die Möglichkeit, die Kinder zur Arbeit / ins Büro mitzubringen.

Die Mitarbeiter werden ermutigt, sich weiter zu bilden und es werden Ideen und Veranstaltungen in der Runde weitergeleitet. Jeder entscheidet frei für sich, an welcher Veranstaltung er teilnehmen möchte. Es findet ein Arbeitszeitausgleich statt.

---

## C3 FORDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITER (50%)

---

### C3.1 Ernährung während der Arbeitszeiten (35%)

Im Unternehmen gibt es eine Möglichkeit, ein frischzubereitetes (schockgefrostet) vegetarisches oder veganes Menü in der Kantine zu essen. Die umliegenden Restaurants bieten leider keine bio-basierte Küche an. Die Mitarbeiter sind für ihr eigenes Essverhalten verantwortlich.

Im Unternehmen gibt es überwiegend gute Ansätze für eine nachhaltige und vegetarische Ernährung. Die Geschäftsführung ernährt sich überwiegend vegetarisch, die anderen Mitarbeiter werden angeregt sich damit auseinanderzusetzen.

*Verbesserungspotenzial: Vergünstigungen für bio-basierte Lebensmittel.*

### C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz (35%)

Die beiden Vollzeitmitarbeiter nutzen bereits E-Bikes im Wechsel mit PKW, die Praktikantin den ÖPNV. Fahrradparkplätze stehen auf dem Firmengelände zur Verfügung.

### C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse (80%)

Geschäftsführung lebt ökologisches Verhalten vor. Die Mitarbeiter werden angeregt, ökologische und nachhaltige Themen zu verfolgen und sich im Unternehmen ökologisch zu verhalten. Das Unternehmen bindet die Mitarbeiter in regelmäßige ökologische Entscheidungsprozesse ein, wie z.B. Auswahl der Lieferanten/ Verpackungsmittel etc.

---

## C4 GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS (100%)

---

### C4.1 Innenbetriebliche Bruttoeinkommensspreizung im Unternehmen (100%)

Die Spreizung zwischen dem höchsten und niedrigsten Gehalt beträgt 0. Es gibt keine Spreizung zwischen beiden Gehältern.

### C4.2 Mindesteinkommen (100%)

Das Gehalt liegt über den Lebenshaltungskosten.

*Verbesserungspotenzial: Erhöhung der Löhne/ Gehälter in Bezug auf das Wachstum des Start-Ups.*

### C4.3 Transparenz und Institutionalisierung (100%)

Die Angaben zu den Gehältern sind transparent.

---

## C5 INNENBETRIEBLICHE DEMOKRATIE UND TRANSPARENZ (70%)

---



### **C5.1 Grad der Transparenz (95%)**

Der Gemeinwohlbericht wurde von allen drei Mitarbeitern begleitet und erstellt. Für alle Mitarbeiter ist ein hohes Maß an Transparenz gegeben und sie sind alle intensiv in die GWÖ eingebunden.

### **C5.2 Legitimierung der Führungskräfte ( 100%)**

Geschäftsführer und Vertriebsleiter führen gemeinsam das Unternehmen, inklusive Aufgabenverteilung und Personalauswahl.

### **C5.3 Mitbestimmung bei Grundsatz- und Rahmenentscheidungen (95%)**

Entscheidungen werden immer konsensual und schnell zwischen den beiden Mitarbeitern getroffen. Die sämtlichen Bereiche unterliegen der Selbstorganisation.

Bei wirtschaftlichen und gewinnbezogenen Entscheidungen findet demokratische Entscheidungsfindung statt.

### **C5.4 Mit-Eigentum der Mitarbeiter (0%)**

Die Geschäftsanteile des Startups liegen zu 100% beim geschäftsführenden Gesellschafter. Beteiligungen sind in dieser Unternehmensphase nicht geplant.

*Verbesserungspotenzial: Beteiligungen sind in der Wachstumsphase nicht ausgeschlossen.*

## **D1 ETHISCHES VERKAUFEN (70%)**

### **D1.1 Gesamtheit der Maßnahmen für eine ethische Kundenbeziehung (ethisches Marketing + Verkauf) (90%)**

Die ethischen Ziele werden von allen Mitarbeitern intern sowohl als auch extern gelebt (Lieferanten, Kunden usw.). Es wird großer Wert darauf gelegt, eine persönliche Bindung zwischen Lieferanten und Kunden aufzubauen. ajaa! hat eine feste Verkaufsphilosophie, die auf den ethischen Grundsätzen basiert und es werden möglichst die Lieferanten und Kunden in Betracht gezogen, die sich an diese Grundsätze genauso halten.

Genauso wird bei ajaa! nur ein ethisches Marketing in Betracht gezogen, da man sich auf eine nachhaltige Verkaufsförderung konzentriert (z.B. wiederbefüllbare Thekendisplays), um das Gesamtkonzept der ethischen Kunden- und Lieferantenbeziehungen zu integrieren.

### **D1.2 Produkttransparenz, Fairer Preis und ethische Auswahl der Kunden ( 60%)**

In unserem Unternehmen ist eine Produkttransparenz gegeben, die weit über dem Branchendurchschnitt liegt. ajaa! hat ein angemessenes Preisgefüge erstellt, der in allen Stufen in erster Linie auf eine nachhaltige Wertschöpfungskette ausgerichtet ist. Wir streben eine homogene Preisstruktur an.

Die Produkttransparenz für den Endkunden wird durch öffentliche Informationen und Gebrauchsanweisungen an der Homepage und den jeweiligen Produkten (z.B. Banderolen und Flyer) gewährleistet und angestrebt.

Die verschiedenen Interessenten werden über Produktmuster und Messen informiert und können immer Informationen anfordern. Die Handelsproduktinformationen sind transparent dargestellt und öffentlich zugänglich.

ajaa! schließt unethische Kundengruppen aus wie z.B. Discounter, Billig-Kaufhäuser, Drogerieketten etc.

### **D1.3 Umfang der Kunden-Mitbestimmung / gemeinsame Produktentwicklung / Marktforschung (40%)**

Die Produkte und Dienstleistungen von ajaa! werden an die Kundenbedürfnisse angepasst, indem man offene Kommunikation und Austausch durch die Kontaktformulare und per Telefon mit den Kunden führt. ajaa! pflegt regelmäßig die Beziehungen durch Austausch, die Feedbackinformationen und Anregungen werden gesammelt und in Projekte umgewandelt.

Durch die Kundenanfragen wurde bereits neue Verschlussart als Projekt eingeleitet und wird derzeit ausgeführt.

Ein Teil der Marktforschung wird mit öffentlichen Einrichtungen, wie z.B. Hochschule Geislingen durchgeführt, um den Kundenbedürfnissen zu entsprechen. Es werden Produkttests bei relevanten Großhandelsbetrieben (Zertifizierung der Käseignung der Naturbox bei größtem Biokäselieferant Deutschlands) oder Evaluierungen über Qualität, Haltbarkeit, Hygiene in öffentlichen Einrichtungen / Hochschulen vorgenommen (z.B. derzeit bei der Hochschule Sigmaringen)

***Verbesserungspotenzial:** Mehr direkte Kundenbefragungen durchführen, die der Optimierung der Kundenbedürfnisse dienen.*

### **D1.4 Service-Management (95%)**

ajaa! hat in beiden Sektoren B2C und B2B direkte Ansprechpartner, die den Kunden aufmerksam zuhören und deren Anliegen bearbeiten. Es wird angestrebt, durch eine individuelle Hilfestellung den Kunden eine sinnvolle Entscheidungsfindung zu präsentieren und ihren Bedürfnissen nachzugehen.

ajaa! hat ein fest integriertes Reklamationsmanagement, wo Kunden ernst genommen werden und ihre Anliegen zeitnah und hochqualitativ bearbeitet werden.

Unser Reklamationsmanagement erhält von unseren Kunden Bestnoten.

---

## **D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN (30%)**

### **D2.1 Offenlegung von Informationen + Weitergabe von Technologie (30%)**

Technologien, Prozesse, Marketing und Öko-Bilanz werden als Beratungsdienstleistung weiter gegeben. Dies ist der Kern und die Innovation des Unternehmens und kann daher nicht kostenfrei zur Verfügung gestellt werden.

***Verbesserungspotenzial:** Durch bestimmte strategische Kooperationen können die Innovationsprozesse ausgebaut werden, somit kann man eine Weitergabe von Technologien ermöglichen.*

### **D2.2 Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen und Finanzmitteln; kooperative Marktteilnahme (30%)**

---

ajaa! pflegt bereits Kooperationen mit anderen Bio-Kunststoff-Verarbeitern und unterstützt diese durch Weitergabe produktspezifischer Anfragen.

**Verbesserungspotenzial:** Intensivierung des Netzwerks zum Verband „European Bioplastics“ der Hochschule Hannover (Forschungscluster Bio-Kunststoff) und dem FnR ( Fachagentur nachwachsender Rohstoffe)

### **D2.3 Kooperatives Marketing (40%)**

ajaa! hat bereits eine intensive Zusammenarbeit mit den Großhändlern im kooperativen Marketing. Wir haben mehrere Aktionen ausgeführt und streben zukünftig an, unseres kooperatives Marketing mit unseren Vertriebspartnern auszubauen.

**Verbesserungspotenzial:** Aufbau einer Brancheninitiative für ethisch-kooperatives Marketing.

## **D3 ÖKOLOGISCHE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN (90%)**

### **D3.1 Produkte/Dienstleistungen sind im ökologischen Vergleich zu P/DL von Mitbewerbern bzw. Alternativen von gleichem Nutzen (100%)**

Unsere Produkte werden regional aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt. Im Vergleich zu unseren Wettbewerbern ist unser ökologischer Fußabdruck weitaus besser. Unsere Rohstoffe stammen aus einer ressourcenschonenden Kreislaufwirtschaft und sind 100% recyclingfähig.

Bei der Verpackung unserer Produkte wird ebenfalls auf einen nachhaltigen Prozess geachtet, wobei man versucht auf mineralölbasierte Verpackungsmaterialien zu verzichten.

Unsere Produkte entsprechen den Vorgaben des Verbands cradle to cradle C2C (Kreislaufwirtschaft).

### **D3.2 Suffizienz (Genügsamkeit): Aktive Gestaltung für eine ökologische Nutzung und suffizienten Konsum ( 95%)**

ajaa! setzt sich mit potenziellen schädlichen Anwendungen, wie z.B. Ressourcenverschwendung und Förderung der Luxusgegenstände, auseinander. Durch die Nutzung von ajaa! Produkten wird ein suffizienter Lebensstil gefördert.

### **D3.3 Kommunikation: Aktive Kommunikation ökologischer Aspekte den Kunden gegenüber (70%)**

Über unsere Homepage und Werbemittel wird bereits eine aktive Kommunikation ökologischer Aspekte durchgeführt. Insbesondere durch Messeauftritte können wir die Vision von plastikfreien und gesunden Lebensweise an unsere Kunden näher bringen.

Das ökologische Verhalten und Wirtschaften ist Kern unserer Philosophie und Kommunikation.

**Verbesserungspotenzial:** Wir wollen in der Zukunft stärker die Social Media Kanäle ausbauen, um die ökologischen Aspekte zu transportieren.

---

## D4 SOZIALE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN (40%)

---

### D4.1 Erleichterter Zugang zu Informationen/Produkten/Dienstleistungen für benachteiligte Kundengruppen (60%)

Unsere Homepage und unser Online Shop sind bedienungsfreundlich, transparent und leicht verständlich. Die Kunden, die nicht die Möglichkeit haben, online zu bestellen, können sich bei uns telefonisch melden und werden in der Regel auf offene Rechnung beliefert.

Bei Nachfragen benachteiligter Kunden wird individuell beraten und reagiert.

Wir bieten unseren Endverbrauchern den Service, alle stationäre Händler (Geschäfte) auf der website zu listen, die unserer Produkte im Sortiment führen, sodass der Kunde auch außerhalb unseres Shops einkaufen kann.

*Verbesserungspotenzial: Standardisiertes Vorgehen einführen für benachteiligte Kundengruppen.*

### D4.2 Förderungswürdige Strukturen werden durch Vertriebspolitik unterstützt (20%)

Für den Erhalt von vielfältigen Marktstrukturen hat sich ajaa! bewusst dazu entschieden, bestehende kleine Kunden zu beliefern, trotz des höheren Aufwands bei geringen Bestellmengen.

---

## D5 ERHÖHUNG DES SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS (0%)

---

### D5.1 Kooperation mit Mitbewerbern und Partnern der Wertschöpfungskette (0%)

Derzeit haben wir keine Kooperationen mit Mitbewerbern, jedoch mit einem Partner der Wertschöpfungskette, der im Bereich nachhaltige Flaschen aus Glas produziert und vertreibt (Emil die Flasche-Vertriebs GmbH)

### D5.2 Aktiver Beitrag zur Erhöhung legislativer Standards (0%)

ajaa! hat als juristische Person eine unparteiische und liberale Haltung.

### D5.3 Reichweite, inhaltliche Breite und Tiefe (0%)

Geschäftsführer und Vertriebsleiter sind in verschiedenen ökologischen, politischen, (z.B. ökologischen) und gesellschaftlichen Vereinen aktiv & engagiert und verfügen dadurch über eine höhere Reichweite.

---

## E1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE/DIENSTLEISTUNGEN (90%)

---

---

### **E1.1 Produkte/Dienstleistungen decken den Grundbedarf oder dienen der Entwicklung der Menschen/ der Gemeinschaft/ der Erde und generieren positiven Nutzen (90%)**

ajaa! sorgt nicht nur für die Bedarfsdeckung von Küchenhilfsmitteln, sondern sorgt direkt für eine gesündere und schadstofffreie Verpackung von Lebensmitteln. ajaa! ist somit eine umweltschonende Alternative zur herkömmlichen Plastik beinhaltenden Verpackungs- und Küchenhilfsmitteln. Durch die Verknappung der fossilen Rohstoffe ist es unsere Mission, die Erde zu entlasten, indem wir Reststoffe aus der Zuckerherstellung nutzen. Somit dienen wir direkt der nachhaltigen Entwicklung der Gemeinschaft und generieren positiven Nutzen.

***Verbesserungspotenzial:** Derzeit sind die meisten ajaa! Produkte nicht biologisch abbaubar. Es wird angestrebt die Materialentwicklung in diesem Feld voranzutreiben.*

### **E1.2 Ökologischer und sozialer Vergleich der Produkte/ Dienstleistungen mit Alternativen mit ähnlichen Endnutzen( 95%)**

Die biobasierten Verpackungen werden weitgehend aus Zuckerrohr hergestellt, dem Restprodukt der weltweit effizientesten und produktionsstärksten Zuckerpflanze. Der Anbau der Zuckerrohrpflanze erfolgt unter strengsten Gesetzesauflagen, die sowohl Sozial- als auch Umweltstandards und Naturschutz berücksichtigen. Die Verarbeitung und Produktion erfolgen in Deutschland und entsprechen somit der höchsten Qualität.

Theoretisch ließen sich heute bereits 90% aller Kunststoffe aus Biomasse statt aus Erdöl gewinnen, in der Praxis sieht es ganz anders aus. So wurden 2011 weniger als 1% der Gesamtkunststoffproduktion weltweit aus Biomasse hergestellt. Unsere Vision ist es, nachhaltig zu wirtschaften und einen Beitrag für eine bessere Welt zu leisten.

---

## **E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN (80%)**

### **E2.1 Leistungen (100%)**

Alle Mitarbeiter des ajaa! Unternehmens sind sozial und politisch engagiert. Für alle 3 Mitarbeiter spielt die Nachhaltigkeit und Aktivität in Verbänden auch im Privatleben eine große Rolle und daher wird viel unabhängig von ajaa! für das Gemeinwohl geleistet.

### **E2.2 Wirkungen ( 80%)**

Durch langjährige und regelmäßige Engagements wird eine nachhaltige Wirkung in der Gesellschaft und Bildung erzeugt.

### **E2.3 Intensität (30%)**

Das ajaa! Team unterstützt bzw. fördert mehrere Organisationen in verschiedenen Projekten und versucht es so oft wie möglich zu bewerkstelligen.

---

## **E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN (50%)**

---

### **E3.1 Absolute Auswirkungen (30%)**

Die relevanten Umweltaspekte sind Emissionen, Abwasser, Abfälle, Rohstoffe, Hilfsstoffe, Energie, Wasser, Lärm, Regionalität und Sozialverträglichkeit.

Leider ist es derzeit nicht möglich, einen geringeren Verbrauch dieser Komponenten bei unseren Produktherstellern zu generieren, da wir einen beschränkten Einfluss auf die Hersteller ausüben können. Jedoch ist an unserem Standort positiver Verbrauch dieser Aspekte gewährleistet.

*Verbesserungspotenzial: Bei Produzenten unseren Produkte das Beziehen von Öko-Strom durchsetzen. Analyse zum ökologischen Fußabdruck durchführen.*

### **E3.2 Relative Auswirkungen (100%)**

Durch den Einsatz von biobasierten Werkstoffen sind wir Innovationsführer (in DE und angrenzenden Ländern) und Branchen-Leader bei den Haushaltswaren. Sowohl im Haushaltswaren- als auch im Naturkost-Sektor (Biomärkte).

### **E3.3 Management und Strategie (10%)**

Die Optimierungsstrategie im Unternehmen wird gelebt, ist aber nicht dokumentiert.

*Verbesserungspotenzial: Kennzahlen erfassen und analysieren.*

## **E4 GEMEINWOHLORIENTIERTE GEWINNVERTEILUNG (100%)**

### **E4.1 Außenausschüttung (100%)**

Die Gewinne im Unternehmen werden derzeit nicht ausgeschüttet. Es gibt keine externen Eigentümer.

### **E4.2 Gemeinwohlorientierte Gewinnverwendung (90%)**

Gewinn bleibt im Unternehmen und wird in Unternehmenswachstum investiert.

## **E5 GESELLSCHAFTLICHE TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG (0%)**

### **E5.1 Umfang GWÖ Bericht (0%)**

Bisher wurde kein GWÖ Bericht erstellt.

### **E5.2 Art der Mitbestimmung und Dokumentation (10%)**

Bei konsensualen Entscheidungen wurde keine schriftliche Dokumentation erstellt.

### E5.3 Umfang der Mitbestimmung und einbezogener Berührungsgruppen (10%)

ajaa! pflegt einen respektvollen Umgang mit seinen Lieferanten, Mitbewerbern und Kunden. Alle Verhandlungen werden offen und ehrlich auf freundschaftlicher Basis gepflegt.

## GEMEINWOHLMATRIX & ERGEBNISSE

Gemeinwohl-Bilanz-Rechner - Version 4.1.3.

Anmerkung: Dies ist kein Testat.

### GEMEINWOHL-MATRIX

Unternehmen: 4e solutions GmbH; Jahr: 2016

Bilanzsumme: **690 von 1000 Punkten**

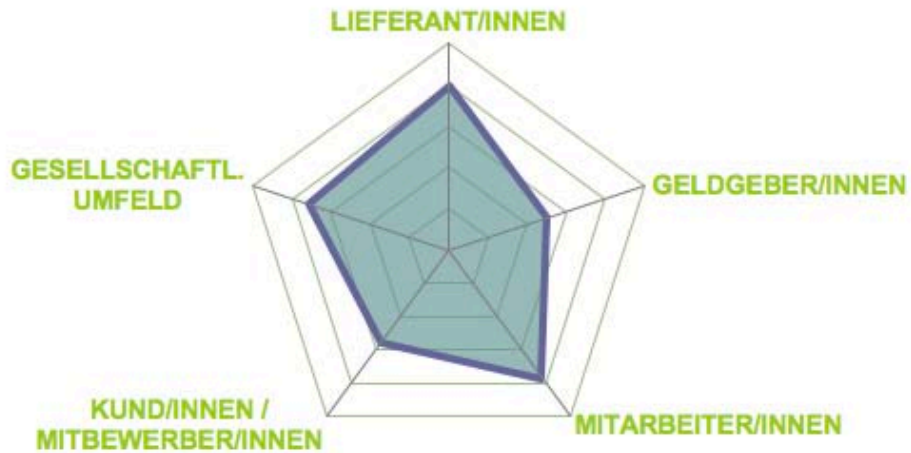


Wert Berührungsgruppe	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Mitbestimmung und Transparenz
<b>A: LieferantInnen</b>	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement				72 von 90 80%
<b>B: GeldgeberInnen</b>	B1: Ethisches Finanzmanagement				15 von 30 50%
<b>C: MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen</b>	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit	C3: Förderung des ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens	C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz
	63 von 90 70%	45 von 50 90%	15 von 30 50%	60 von 60 100%	63 von 90 70%
<b>D: KundInnen/ Produkte/ Dienstleistungen/ Mitunternehmern</b>	D1: Ethisches Verkaufen	D2: Solidarität mit Mitunternehmern	D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen	D4: Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards
	35 von 50 70%	21 von 70 30%	81 von 90 90%	12 von 30 40%	0 von 30 0%
<b>E: Gesellschaftliches Umfeld</b>	E1: Sinn u. gesellschaftliche Wirkung der Produkte u. Dienstleistung.	E2: Beitrag zum Gemeinwesen	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4: Minimierung der Gewinnausschüttung an Externe	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung
	81 von 90 90%	32 von 40 80%	35 von 70 50%	60 von 60 100%	0 von 30 0%
<b>Negativkriterien</b>	Verletzung der ILO-Arbeitsrecht/-normen/ Menschenrechte	Feindliche Übernahme	Illegitime Umweltbelastungen	Arbeitsrechtliches Fehlverhalten	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen/Töchter
	0 von -200	0 von -200	0 von -200	0 von -200	0 von -100
	Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen	Sperrpatente	Verstöße gegen Umweltauflagen	Arbeitsplatzabbau oder Standortverlagerungen trotz Gewinn	Verhinder. Betriebsrat
	0 von -200	0 von -100	0 von -150	0 von -150	0 von -150
	Beschaffung bei/Kooperation mit menschenwürdeverletzenden Unt.	Dumpingpreise	Geplante Obsoleszenz	Umgehung Steuerpflicht	Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbyisten/Lobby-Organisat.
	0 von -150	0 von -200	0 von -100	0 von -200	0 von -200
			Unangemessene Zinsen für Nicht-Mitarbeitende	Exzessive Einkommensspreizung	
			0 von -200	0 von -100	



Gemeinwohl-Bilanz-Rechner - Version 4.1.3.

## Gruppen-Stern für 4e solutions GmbH



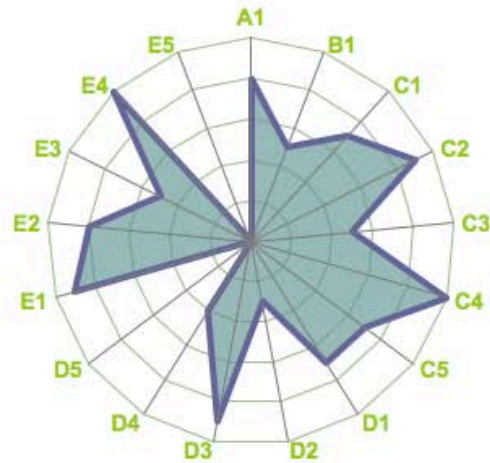
BILANZ-ÜBERSICHT		
LIEFERANT/INNEN	72 von 90	80%
GELDGEBER/INNEN	15 von 30	50%
MITARBEITER/INNEN	246 von 320	77%
KUND/INNEN / MITBEWERBER/INNEN	149 von 270	55%
GESELLSCHAFTL. UMFELD	208 von 290	72%
<b>SUMME</b>	<b>690 von 1000</b>	<b>69%</b>





Gemeinwohl-Bilanz-Rechner - Version 4.1.3.

**Indikatoren-Stern für 4e solutions GmbH**

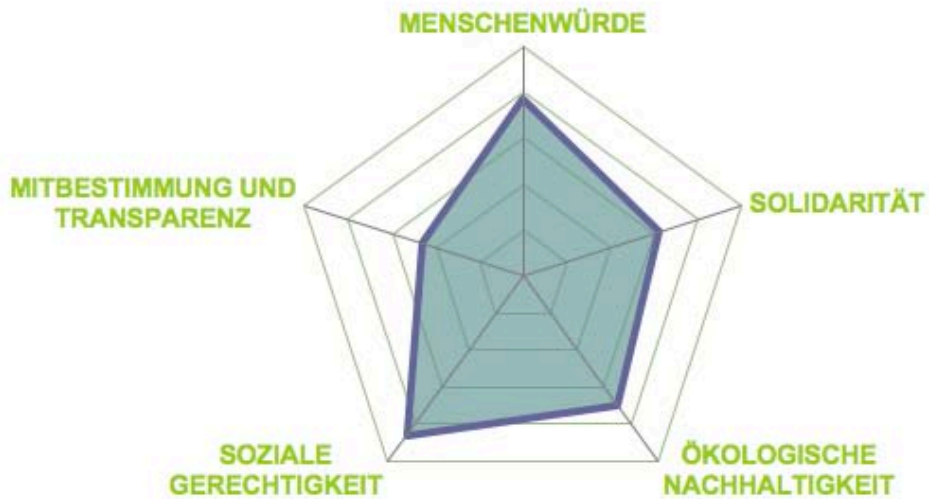


BILANZ-ÜBERSICHT			
A1	72 von	90	80%
B1	15 von	30	50%
C1	63 von	90	70%
C2	45 von	50	90%
C3	15 von	30	50%
C4	60 von	60	100%
C5	63 von	90	70%
D1	35 von	50	70%
D2	21 von	70	30%
D3	81 von	90	90%
D4	12 von	30	40%
D5	0 von	30	0%
E1	81 von	90	90%
E2	32 von	40	80%
E3	35 von	70	50%
E4	60 von	60	100%
E5	0 von	30	0%
<b>SUMME</b>	<b>690 von</b>	<b>1000</b>	<b>69%</b>



Gemeinwohl-Bilanz-Rechner - Version 4.1.3.

**Werte-Stern für 4e solutions GmbH**



BILANZ-ÜBERSICHT		
MENSCHENWÜRDE	196 von 254	77%
SOLIDARITÄT	115 von 184	63%
ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	148 von 214	69%
SOZIALE GERECHTIGKEIT	149 von 174	86%
MITBESTIMMUNG UND TRANSPARENZ	80 von 174	46%
<b>SUMME</b>	<b>690 von 1000</b>	<b>69%</b>