

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname:	Gottwald Finanznavigator
Rechtsform:	Einzelunternehmen
Eigentums- und Rechtsform:	Einzelunternehmen
Website:	www.gott-wald.com
Branche:	Unternehmensberatung
Firmensitz:	Eichendorffstraße 25, 34233 Fuldata
Gesamtanzahl der Mitarbeitenden:	-1- nur der Inhaber-Geschäftsführer
Vollzeitäquivalente:	-1-
Saison- oder Zeitarbeitende:	-0-
Umsatz:	€ 90.000 (BWA Dez.21)
Jahresüberschuss:	€ 64.000 (BWA Dez.21) v. Eink.St. / Unt.lohn
Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen:	keine
Berichtszeitraum:	Kalenderjahr

Kurzpräsentation des Unternehmens

Das Unternehmen Gottwald Finanznavigator ist eine betriebswirtschaftliche Unternehmensberatung in und für alle Phasen der Unternehmensentwicklung, also Gründung, Wachstum und Nachfolge, sowie kleine Restrukturierungen. Die Zielgruppe umfasst kleine mittelständische Kunden in einem Spektrum von 0-100 Mitarbeiter (im Mittel ca. 30 MA), bzw. ein Umsatzvolumen von bis zu € 10 Mio. p.a. (im Mittel € 3-5 Mio.). Es gibt keine Spezialisierung auf eine Branche. Das Gros der beratenen Betriebe ist aus Handel, Dienstleistung, Handwerk, sowie der Lohnfertigung. Einzelprojekte aus dem Gesundheitswesen, wie die Gründung von Physio- oder Ergotherapie Praxen, gehören ebenso zum Portfolio.

Seit der Gründung am 01.07.2003 sind über 100 Firmen beraten worden. Davon sind 6 langjährige Stammkunden und weitere 6 Kunden sind mehrjährige Entwicklungsprojekte. Nur 1/4 - 1/3 der Arbeiten eines Jahres sind Einzelprojektgeschäft.

Das Unternehmen agiert seit Beginn an erfolgreich über Netzwerk- und Empfehlungsmarketing. Ergänzt wird die Absatzgenerierung durch Vorträge bei verschiedenen regionalen Trägern rund um das Unternehmertum.

Produkte / Dienstleistungen

Klassische Einzelprodukte existieren nicht, da in jedem Projekt / Auftrag viele Bestandteile der folgenden Leistungen, in Abhängigkeit von der Unternehmensentwicklungsphase, enthalten sind:

- Unternehmensanalyse,
- Konzepterstellung,
- Bankkommunikation,
- Finanzierung der Unternehmen,
- lfd. Controlling,
- kfm. Entscheidungshilfen,
- Finanzmanagement,
- kfm. Coaching und
- unternehmerisches Informationsmanagement.

Bezogen auf die Kerninhalte meiner Projekte bzw. zu begleitenden Kunden verteilt sich das Leistungsportfolio auf folgende Bereiche:

Kerninhalt d. Projekte	Anteil vom Umsatz
lfd. Controlling	40%
Gründung	20%
Wachstum	30%
Restrukturierung	10%

Seit der Gründung habe ich meinen Anteil zu Kreditvergaben von >€ 110 Mio. für meine Kunden beigetragen.

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Im Rahmen meines unternehmerischen Netzwerkes habe ich Martina Keller und Kristina Gruber (Keller und Gruber GbR in Kassel; Projektschmiede für Nachhaltigkeit und Transformation) kennen gelernt. Parallel berichtete die RKW-Beraterkollegin Dr. Gabriele Mönicke (Coaching – Beratung – Training) im regen Austausch von der aktiven Umsetzung der GWÖ-Bilanzierung.

Da mich das Engagement für die Gemeinschaft schon immer begeistert hat (früher Kinderturn-Nachwuchstrainer; Jugendgruppenleiter Volksbund Dt. Kriegsgräberfürsorge), setzte ich diesen Weg auch in meinem unternehmerischen Wirken bzw. der monetären bzw. ehrenamtlichen Unterstützung folgender Organisationen um:

IHK Kassel (div. Vorträge), Gründerplanwettbewerb promotion-Nordhessen, Förderverein „Luftrettungsstation Christoph 7 Kassel e.V.“ durch Sponsoring von „Erste-Hilfe-Malbücher für Kinder“, die Dt. Luftrettung, die DGzRS, sowie die Stiftung „Werder bewegt“ und direkt in der Region den Spielverein Kassel g.e.V.

In 2020/21 folgte der regelmäßige Besuch des GWÖ-Unternehmensforum in Kassel und im Januar 2022 die Mitgliedschaft in der GWÖ.

Analog versuche ich bereits seit etwa 3 Jahren, das Thema Nachhaltigkeit und Ressourceneffizienz für meinen Betrieb zu organisieren, stehe aber sicher noch am Anfang meiner Entwicklung.

Testat



Testat:	Externes Audit	Gemeinwohl-Bilanz	Gottwald Finanznavigator	
	M5.0 Kompaktbilanz	Kalenderjahr, Einnahme- Überschuss- Rechnung	Auditor*In: Regina Soergel	
Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berühungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 0 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 0 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 0 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 0 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 0 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 100 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 0 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 0 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 80 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 100 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 60 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: J.
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 10 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern: 30 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 0 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 0 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 10 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 10 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 10 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 10 %
			Testat gültig bis: 30.09.2024	BILANZSUMME: 215

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0.
TestatID: 3sxttd

Das Unternehmen Gottwald Finanznavigator besteht seit knapp 20 Jahren und bietet kleinen und mittelständischen Betrieben Dienstleistungen rund um die Themen Finanzierung, Controlling oder Existenzgründung. Damit trägt Herr Gottwald auch zur Entstehung und Sicherung von Arbeitsplätzen bei.

Beziehungspflege und Sensibilität für andere ist für Herrn Gottwald zentral. Daher agiert das Unternehmen seit Beginn an erfolgreich über Netzwerk- und Empfehlungsmarketing. Gelingende Beziehungen zu allen Berührungsgruppen sind auch der zentrale Ansatz der Gemeinwohlökonomie. In einer globalisierten Welt braucht es ein globales Bewusstsein, eine Art weltbürgerliche Sensibilität. Die Perspektive anderer einnehmen zu können und zu wollen und sich der Wirkungen von Entscheidungen auf andere bewusst zu werden ist die Basis, die das unternehmerische Handeln von Herrn Gottwald prägen.

Darüber hinaus ist es wichtig, uns selbst als Bürgerinnen und Bürger einer Welt zu denken mit allen Verpflichtungen, die sich daraus ableiten auch über unsere Landesgrenzen hinweg.

Es geht darum, die Beziehungspflege zu erweitern: d. h. „... *alle Menschen zu einem Teil einer Gemeinschaft zu machen, die miteinander spricht und sich sorgt: die Menschheit als Ganzes ist jemand, der uns nahe ist und den wir lieben.*“ (Nussbaum, 1996).

Es überrascht nicht, dass das Unternehmen Gottwald Finanznavigator über das unternehmerische Netzwerk zur Gemeinwohlökonomie gefunden hat, denn Engagement für die Gemeinschaft und Ehrenamt prägen die Biografie von Ingo Gottwald. Als Unternehmer beschäftigt sich Herr Gottwald etwa seit drei Jahren mit den Themen Nachhaltigkeit und Ressourceneffizienz.

Nun hat er den Gemeinwohlbericht für sein Unternehmen Gottwald Finanznavigator zur externen Auditierung vorgelegt und das Unternehmen konnte gleich bei der ersten Bilanzierung die Bewertungsstufe „fortgeschritten“ (= GUT) erreichen.

Wir danken Herrn Ingo Gottwald sehr herzlich für sein Engagement für eine lebens- und gemeinwohldienlichere Wirtschaft und Gesellschaft.

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

- *Welche Produkte/Dienstleistungen werden zugekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferant*innen ausgewählt?*

Ein Einkauf klassischer Produkte im Sinne von Materialaufwand / Herstellungskosten gibt es nicht. Insofern existiert keine Zulieferkette. Aber es werden Roh- Hilfs- und Betriebsstoffe, wie Strom, Papier, Fachliteratur, eine IT-Infrastruktur, sowie ein PKW, benötigt. Zusätzlich werden für nicht zur Kernkompetenz gehörende Dienstleistungen Vertrags- bzw. Kooperationspartner wie Steuerberater, Rechtsanwälte, IT-Dienstleister, oder Fortbildungsträger genutzt. Die Auswahl der RHB und der Dienstleister erfolgt nach den folgenden Prämissen:

Regionalität, das bestehende Netzwerk, der Faktor Mensch (ich kaufe gerne dort ein, wo ich Menschen / Angestellten begegne, die ich fragen kann), Klimaneutralität (es wird nur dann eingekauft, wenn es nicht mehr reparierbar ist, oder wenn die betriebliche Leistungsqualität es erfordert). Nicht zuletzt spielt aber auch das Kostenbudget (z.B. Preis einer Fortbildung) und das Zeitmanagement eine Rolle (z.B. Faktor Zeit: wenn die Fahrt mit dem ÖPNV doppelt so lange dauert, wie mit dem Auto, wird idR der PKW genutzt).

- *Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette überprüft bzw. evaluiert?*

Eine Überprüfung der sozialen Risiken findet meistens über die persönliche Inaugenscheinnahme der Arbeitsumstände bei dem Kooperations- bzw. Vertragspartner oder dem Lieferanten statt. Es wird ergänzend im Internet auf Bewertungsportalen recherchiert und wenn Kontakte bestehen, auch mit Mitarbeitern (z.B. dem Buchhalter) gesprochen.

- *Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?*

Die Qualität möglicher spezifischer Zertifizierungen zur Menschenwürde ist bisher nicht aktiv geprüft worden. Allerdings versuche ich verstärkt darauf zu achten, dass es ein Zertifikat oder Label zur Nachhaltigkeit gibt, da dies nach meinem Verständnis bedeutet, dass sich die Person oder das Unternehmen mit dem Thema Nachhaltigkeit / CSR- / ESG-Kriterien etc. aktiv auseinandergesetzt hat.

Bei der IT-Infrastruktur ist für die Hard- und Software (Tower-PC, Bildschirme, Multifunktionsgerät, Telefon) keine Nachhaltigkeitsprüfung erfolgt, da ich die fertige Struktur erworben habe und das Verhältnis von Preis und Funktionalität im Vordergrund standen. Zudem ist bei Globalplayern aus der IT-Branche der informelle Zugang zur Lieferkette kaum möglich.

Von **EON** habe ich bescheinigt bekommen, dass ab 2022 nur noch Ökostrom geliefert wird und es Herkunftsnachweise des Umweltbundesamtes gibt. Zudem gibt es das Klimaneutral-Website Siegel -climatepartner.com/17050-2107-1001-, dass CO₂-Kompensation v.a. durch regionale Aufforstungsprojekte erreicht.

Vom **PKW-Hersteller FORD** ist der geringe CO₂-Wert für den Mild-Hybrid durch die Schadstoffklasse EURO6d-Temp nach WLTP-Standard und mit der grünen Umweltplakette

bestätigt. FORD selbst dokumentiert auf seiner Homepage eine Nachhaltigkeits-Strategie. Die Richtlinien zur Unternehmensverantwortung (Policy-Letter 24) bestätigen eine auf Menschenrechte geprüfte Lieferkette. Es gibt mehrfache CSR-Preise; allerdings sind diese alle von 2010-2012; in den letzten 10 Jahren danach gab es keine dokumentierten Auszeichnungen dieser Art. Bzgl. des nachhaltigen Materialmanagements ist FORD GADSL und REACH gelistet. Zudem können lt. FORD-Website 85% aller in Europa betriebenen Ford-Fahrzeuge recycelt bzw. bis zu 95% wiederverwertet werden.

Der regionale Ford-Händler ist ein kleiner Familienbetrieb, der einen sorgsamen Umgang mit seinen Mitarbeitern pflegt, aber aus branchenbedingten finanziellen Gründen (Paradigmenwechsel in der Kfz-Branche Spagat des Parallelbetriebs der alten und neuen Mobilität) keine größeren Nachhaltigkeits-Aktivitäten umsetzen kann.

Das Kopierpapier trägt das EU Ecolabel, das FSC-Label, das Recycling-Kreislauf-Logo und der Hersteller (die **Firma NAVIGATOR – Office-Paper-Solutions-**) ist DIN EN ISO 14001 zertifiziert (EMS, Umweltmanagementsystem).

Die **DRP GmbH** schreibt auf der Website, dass sie seit 1996 nur recycelte Produkte (Papier, Landkarten, Abfallhölzer etc.) für das Büro verkaufen. Dies erscheint mir bei den erworbenen Briefumschlägen und den Notizblöcken (auf der Rückseite ist alte Landkarte zu erkennen) zu stimmen. Ein Zertifikat ist auf der Homepage nicht dokumentiert.

Das Briefpapier ist auf chlorfrei gebleichtem Naturpapier hergestellt. Der inzwischen altersbedingt geschlossene Betrieb **Ausdruck Heppner & Ziegeler GbR** war ein kleiner Familienbetrieb in Kassel, der viel Wert auf einen ressourcenschonenden Umgang gelegt hat. Für die nächste Briefpapier-Charge ist ein neuer Dienstleister auszuwählen.

Beim RKW Hessen und den Bürodienstleistern Büroboss-Pfannkuche, der IT-u. Werbe-Agentur Lockruf (Bollerhey u. Ulbricht GbR), sowie der netzlaboranten GmbH (IT-Admin.) und dem Büchereck Vellmar kann ich aus persönlichen Besuchen und Kontakten einen menschenwürdigen Umgang mit den angestellten Mitarbeitern feststellen und einen auf die Schonung von Ressourcen und Umwelt ausgerichteten Geschäftsbetrieb. Allerdings ohne eine Zertifizierung oder einen Nachweis.

Büroboss Pfannkuche hat seit Jahren einen Katalog für umweltgerechte Produkte aufgelegt. Der geschäftsführende Gesellschafter Marc Möller war über die Wirtschaftsunioren Kassel ehrenamtlich für die Region Nordhessen engagiert. Inzwischen wird der Sport in der Region (KSV Hessen Kassel und die Wilhelmshöhe Open) unterstützt. Ein spezifisches Zertifikat zum Unternehmen habe ich online nicht gefunden.

Die **netzlaboranten GmbH** ist der IT-Administrator für mein operatives Netzwerk. Gleichzeitig bin ich der externe Finanzcontroller der GmbH. Wir tauschen diese Dienstleistungen unentgeltlich. Die externe Server-Struktur wird in Deutschland / Hessen bei der MailStore Software GmbH aus Viersen i NRW zugekauft. Eine Nachhaltigkeitszertifizierung ist bisher bei der netzlaboranten GmbH nicht bekannt.

Die **Bollerhey & Ulbricht GbR** hostet meine Website und sorgt für mein corporate design. Die GbR platziert alle relevanten zugekauften Dienstleistungen bei Unternehmen aus der Region Kassel. Einzig das Hosting wird über externe Server in Bad Oynhausen (Fa.

Mittwald.de) geleistet. Zertifizierungen der freien Mitarbeiter sind nicht bekannt. Aber die Mittwald GmbH ist, neben einigen Leistungs-Qualitätslabels, als 100% klimaneutral zertifiziert, sowie für den guten Umgang mit Kunden (Trustpilot) ausgezeichnet.

Das **RKW Hessen** leistet als Projektförderpartner, sowie durch Fortbildungen einen großen Beitrag zur Qualitätssicherung meines Betriebes. Das RKW setzt ohne eine Zertifizierung das Thema der Nachhaltigkeit im praktischen Alltag um. Man bezieht Ökostrom, verwendet ausschließlich Recyclingpapier, beauftragt Printprodukte in ökologisch ausgerichteten Druckereien, hat energiesparende IT angeschafft und hat die Hessische Charta der Initiative für verantwortungsvolles, nachhaltiges Wirtschaften unterschrieben. Zudem setzt das RKW seit Jahrzehnten Beratungsprojekte zu umweltgerechtem Wirtschaften und zu Energie- und Ressourceneffizienz (PIUS-Förderung) um. In dem Kontext ist das RKW auch autorisierter Prozessbegleiter für das Projekt INQA-Prozess-Kulturwandel (Arbeit gemeinsam gestalten). Zudem engagiert sich der Büroleiter Kassel (Prokurist des RKW Hessen) als Lehrbeauftragter der Hochschule Fulda und als Beisitzer im Vorstand des Sportvereins VfL Kassel.

Bei den Besuchen in meiner kettenunabhängigen **Buchhandlung Büchereck Vellmar** (Thema Fachliteratur) erlebe ich regelmäßig ein tolles Betriebsklima. Die Inhaberin engagiert sich für die Leseförderung von Kindern und ist dafür mit dem Gütesiegel Leseförderung ausgezeichnet. Außerdem legt das Büchereck Wert auf ein großes Angebot aus und für die Region Kassel.

Nötige Wissens- / Informations-Recherchen werden über die **Suchmaschine Ecosia** vorgenommen. Diese ist B-Corporation zertifiziert und pflanzt für jede Suche Bäume. Der deutsche Eigentümer hat den größten Teil des Firmenvermögens in eine wohltätige Stiftung überführt. Nach Aussagen der Homepage verwendet Ecosia 100% des Gewinns für Klimaprojekte, davon 80% in Baumpflanzprojekte. Zusätzlich kann Ecosia seinen Energiebedarf zu 200% aus eigenen Solar-Anlagen decken. Auf den Schutz der Daten wird ebenso Wert gelegt wie auf die Transparenz durch umfassende Veröffentlichungen aus allen Unternehmensbereichen, inklusive der Finanzen.

Festzuhalten ist, dass es mit Blick auf das Zeitmanagement nicht ganz ohne online-Handel geht. Wenn es mal sein muss, wird versucht, möglichst online beim **Otto-Shop** zu kaufen, statt andere ausländische Anbieter zu nutzen. Die Otto-Group verfolgt seit Jahren eine Nachhaltigkeitsstrategie, die sich streng an den 17 Sustainable Development Goals (DGs) der UN ausrichtet. So ist die Textilproduktion seit 2020 auf nachhaltig angebaute Baumwolle umgestellt. Die Holzmöbel sollen bis 2025 auf FSC zertifizierte Artikel umgestellt sein. Der Anteil der Nutzung FSC-zertifizierten Papiers wird jährlich signifikant reduziert, immer mehr Lieferanten für die Eigen- und Lizenzmarken werden in das Otto-Sozialprogramm integriert, was nur möglich ist, wenn diese Lieferanten ein entsprechendes Zertifikat vorweisen. Um welches Zertifikat es ging, war bisher nicht festzustellen. Abschließend wird festgehalten, dass die CO2-Emissionen seit 2006 um ca. 50% reduziert wurden. Weiter ist online zu lesen, dass die Otto-Group für ihr Nachhaltigkeitsmanagement 2018 mit dem „Corporate Culture Award in der Kategorie „Shared Value“ ausgezeichnet wurde. Von XING bekam die Otto-Group jüngst den New Work Award für das Programm „circle Lead Developers“ verliehen, bei dem es um die Gewährung von Freiraum und Flexibilität bei der Arbeit für die Mitarbeiter geht.

Die ausgewählte Bank, die **Kasseler Sparkasse** ist das regional führende Kreditinstitut. Als Anstalt des öffentlichen Rechts hat die Kasseler Sparkasse einen öffentlichen (Gemeinschaftlichen) Auftrag. Die konkrete Aufgabe ist, die kreditwirtschaftliche Versorgung der Bevölkerung, der mittelständischen Wirtschaft und der öffentlichen Hand zu sichern, sowie die finanzielle Eigenversorgung der Bürger der Region zu stärken und die regionale Entwicklung zu fördern. Darüber hinaus verfolgt die Kas.Sparkasse konsequent alle Ziele und Aufgaben aus der Deutschen Sustainable-Finance-Strategie vom Mai 2021. So ist aus der Nichtfinanziellen Erklärung zur Bilanz bekannt, dass sich die Bank allen Nachhaltigkeitszielen, egal wie diese extern definiert sind, also auch den SDG-17 der UN, zur Umsetzung bis 2025 verschrieben hat. Aus dem regelmäßigen persönlichen Kontakt ist mir bekannt, dass sehr sorgsam im Sinne der GWÖ mit den Mitarbeitern umgegangen wird. In dem Bericht zu 2021 ist zudem eine ausgeprägtes Gemeinwohl-Engagement mit 495 Projekte mit einem Volumen von rd. € 1 Mio. aus den Bereichen Vereine, Kultur, Soziales, Wissenschaft und Sport dargestellt. Bezogen auf das Betriebsergebnis vor Bewertungen entspricht dies rd. 2,3% des ordentlichen Gewinns; auf den Jahresüberschuss (Gewinn nach Steuern) sind dies sogar 12,5%.

Zu berücksichtigen ist in dem Kontext, dass ein großer Teil des Gewinnes in die gesetzlich vorgeschriebene Stärkung des Eigenkapitals (zur Sicherung der Einlagen der Kunden) fließen muss. Außerdem sind aus dem Cash-Flow (Gewinn + Afa) auch eigene Kredittilgungen zu leisten.

Laut eigenen Aussagen ist die Sparkassen-Finanzgruppe zudem der größte nicht staatliche Kulturförderer der BRD (HNA v. 18.06.22).

Die Fixkosten des Beratungsunternehmens verteilen sich auf folgende Kostenblöcke:

Fixkostengruppe	Anteil der Fixkosten	Bemerkung
Netzwerk	11,4%	
Fortbildung-Fachliteratur	8,5%	Faire Arbeitsbedingungen nicht immer vollständig klar.
Steuerberater-Bank	21,1%	
Betriebl. Versicherungen	7,0%	
BGA	7,6%	
Telefon/IT	9,4%	Faire Arbeitsbedingungen nicht immer vollständig klar.
Kfz	6,1%	Faire Arbeitsbedingungen nicht immer vollständig klar.
Steuern	25,6%	
Sonstiges	3,2%	

Aus der vorherigen Tabelle ist ersichtlich, dass es einen Anteil von rd. 32% der genutzten Dienstleistungen / Produkte gibt, deren Arbeitsbedingungen nicht im Sinne der Frage überprüft werden können bzw. von denen es bekannt ist, dass diese nicht unter fairen Bedingungen erstellt sind (Globalplayer der IT-Welt, Kfz-Teile-Zulieferer, Online-Händler...).

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Es wurden Vorbereitungen (Lieferantenliste und verkürzte GWÖ-Fragenkatalog) für eine spezifische Recherche zur Prüfung der aktuell dargestellten Indikatoren / Werte bei den sowohl für meinen Betrieb, als auch für meine Kunden relevanten Lieferanten erstellt. Dies

erfolgte, um es den Kunden als auch mir einfacher zu machen, in den Prozess der Umsetzung der Nachhaltigkeit zu gelangen.

Eine umfassende Einkaufsrichtlinie wurde aus der Recherche entwickelt.

Das Beschaffungsmanagement wird inzwischen ethisch organisiert, da eine klare Identifikation mit den Werten erfolgt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Umsetzung der aktiven Abfrage bei den Lieferanten. Beachtung der Einhaltung der Menschenwürde / Sozialkompetenz auch bei den Kunden.

A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

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

Beim RKW Hessen, den Bürodienstleistern Büroboss-Pfannkuche, der IT-u. Werbe-Agentur Lockruf (Bollerhey u. Ulbricht GbR), sowie der netzlaboranten GmbH und dem Büchereck Vellmar kann ich aus persönlichen Besuchen und Kontakten einen menschenwürdigen Umgang mit den angestellten Mitarbeitern feststellen. Gleiches gilt für die Kasseler-Sparkasse und das Autohaus Häfner.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Es sind alle regionalen Lieferanten mit der Frage der Umsetzung der Nachhaltigkeit angeschrieben worden.

Im Rahmen der eigenen wirtschaftlichen Notwendigkeiten wird inzwischen darauf geachtet, dass das Thema der Menschenwürde im Umgang / Sozialkompetenz auch von den Kunden beachtet wird. Sollte es zu große Diskrepanzen geben, wird die Geschäftsverbindung beendet; jüngst ist dies bei einem Existenzgründungsprojekt so geschehen.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

- *Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?*

Alle benannten Firmen aus dem regionalen Netzwerk sind kleine Unternehmen, die mit wenig Mitarbeitern agieren, also auch sehr transparente Entscheidungswege nutzen. Der ethische und ökologische Wertekontext wird bei Beginn der Geschäftsbeziehung über den persönlichen Kontakt / Gespräche geprüft und der Partner / die Kunden danach ausgewählt. Über den fortlaufenden Dialog wird versucht, im Rahmen der Möglichkeiten, Einfluss zu nehmen. Bei der Beratung stehen z.B. immer Vorschläge zu einem fairen und solidarischen Umgang mit den jeweiligen Zulieferbetrieben auf der Agenda, da gerade in Krisenzeiten durch einen solidarischen Umgang Engpässe auf beiden Seiten abgemildert werden können. Zudem wird regelmäßig über das eigene Engagement berichtet, um ein Vorbild zu sein und den

Partnern / Kunden Einblick in eine werteorientierte Wirtschaftsweise zu gewähren und Möglichkeiten zu eröffnen.

So werden Rechnungen der Lieferanten sofort, also ohne Zahlungsziel, aber auch ohne Nutzung von Skonto bezahlt. Bei größeren Summen werden Anzahlungen angeboten. Besteht die Zufriedenheit mit der Leistung des Lieferanten, ist Gottwald Finanznavigator ein treuer Kunde, der nicht den Anbieter wechselt, weil ein anderer im Preis besser ist. Wenn sich Gelegenheiten ergeben, gibt der Betrieb auch für den Netzwerkpartner relevante Informationen weiter, ohne ein entgeltliches Mandat zu haben.

Wie bereits beschrieben, besteht zu vielen der Lieferanten ein persönliches, teils freundschaftliches Verhältnis, das von einem fairen und solidarischen Umgang geprägt ist.

Außerdem werden Empfehlungen für die regionalen Dienstleister ausgesprochen, wenn sich bei neuen Kontakten Anknüpfungspunkte ergeben

- *Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?*

Der Inhaber achtet darauf, dass seine rekrutierten Dienstleister und Lieferbetriebe einen fairen Umgang mit den Mitarbeitern pflegen. Durch den regelmäßigen Kontakt werden diese angestoßenen Punkte abgefragt und die Entwicklungen im jeweiligen Betrieb hinterfragt und gerne spezifische Vorschläge wiederholt.

Sollte der Wertekontext nicht oder nicht mehr passen, wird die Zusammenarbeit abgebrochen.

Das Vorhandensein eines spezifischen Labels zur Transparenz und Mitentscheidung wurde nicht explizit geprüft. Aus der Erinnerung weist keines der regionalen Partner-Unternehmen ein Label zu Transparenz und Entscheidung vor.

In Gesprächen wird aber regelmäßig kommuniziert, was in Bezug auf Solidarität und Gerechtigkeit für eine gelingende Geschäftsbeziehung erwartet wird.

Alle (=100%) der rekrutierten regionalen Dienstleister agieren transparent und partizipativ; in vielen Fällen werden die Mitarbeiter aktiv in Entscheidungsvorgänge einbezogen.

Auf das „Einkaufs“volumen bezogen sind das rd. 77 %. Die restlichen 23% betreffen die globalen Hersteller, die nur bedingt geprüft werden können.

Bei der Kasseler-Sparkasse sind spezifische Label vorhanden; ebenso hat FORD auf seiner Homepage entsprechende Zertifizierungen, allerdings sind diese nahezu 10 Jahre alt und nicht aktualisiert.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Es wurden eine spezifische Recherche zur Prüfung der aktuell dargestellten Indikatoren / Werte erstellt (Lieferantenliste und verkürzte GWÖ-Fragenkatalog).

Es sind alle regionalen Lieferanten mit der Frage der Umsetzung der Nachhaltigkeit auch in Bezug auf Solidarität und Gerechtigkeit angeschrieben worden.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Die Umsetzung im Rahmen des kontinuierlichen Verbesserungsprozesses nach der Basisrecherche wird angestrebt.

A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

*Kann das Unternehmen bestätigen, dass Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette nicht verletzt sowie die Marktmacht bei den wesentlichen Lieferant*innen nicht ausgenutzt werden?*

Es besteht keine Marktmacht gegenüber Lieferanten – dafür ist das Einkaufsvolumen deutlich zu gering. Auch von den regionalen Dienstleistern übt keiner Marktmacht aus. Solidarität und Gerechtigkeit sind hier Bestandteile der Unternehmenskultur.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Es wird nach Beendigung der Basisrecherche versucht, den Möglichkeiten entsprechend den kontinuierlichen Verbesserungsprozess fortzusetzen.

Über die Basisrecherche hinaus erlogt ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit In der Zulieferkette

- *Nach welchen Kriterien werden Rohware, Produkte und Dienstleistungen ausgewählt?*

Wie in Punkt A1 beschrieben wähle ich Produkte und Dienstleistungen inzwischen gezielter aus. Regionalität spielt eine Rolle, das bestehende Netzwerk, der Faktor Mensch (ich kaufe gerne dort ein, wo ich Menschen / Angestellten begegne, die ich fragen kann), Klimaneutralität (es wird nur dann eingekauft, wenn es nicht mehr reparierbar ist, oder wenn die betriebliche Leistungsqualität es erfordert). Nicht zuletzt beeinflussen aber auch das Kostenbudget (z.B. Preis einer Fortbildung) und das Zeitmanagement (z.B. Faktor Zeit: wenn die Fahrt mit dem ÖPNV doppelt so lange dauert, wie mit dem Auto, wird idR der PKW genutzt) die Auswahl.

- *Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?*

Die Evaluation findet meistens vor dem Einkauf statt. Unregelmäßig, situativ motiviert und je nach freier Zeit im Büro findet eine grundsätzliche Recherche zu einem Produkt / einer Leistung und möglicher Alternativen statt.

- *Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen berücksichtigt?*

Wie in Punkt A1 beschrieben erfolgt die Auswahl der RHB und der Dienstleister nach den folgenden ökologischen Prämissen:

Regionalität um lange Liefer- aber auch Einkaufswege zu vermeiden; auf die Klimaneutralität, vor allem den schonenden Umgang mit Ressourcen und der Umwelt wird geachtet, zudem wird nach ergänzenden Informationen zum CO₂-Abdruck gesucht. Außerdem wird der Fokus auf Recycling-Produkte und das Motto Reparieren vor Neukauf gelegt.

- *Welche Unterschiede gibt es zu den Mitbewerbern hinsichtlich ökologischen Einkaufs?*

Eine Abgrenzung ggü. Mitbewerbern aus der Unternehmensberatung ist bzgl. der gelebten Ökologie im Marketing nicht feststellbar. Aus Gesprächen mit den mir meistens bekannten 3-4 Konkurrenten aus der Region erscheint es mir, dass alle im Rahmen ihrer Möglichkeiten sich dem Thema stellen. Wie tief Überzeugung dahintersteckt, kann nicht beurteilt werden. Inhaltlicher Druck aus dem Markt der kaufmännischen / betriebswirtschaftlichen und konzeptionellen Beratung für die kleinen KMU's gibt es nach meinen Erfahrungen noch nicht. Wenngleich es über verschiedene Normen (ESG / CSR / SDG / GWÖ...u.v.m.) und UN/EU-Richtlinien immer konkretere Erwartungen und Vorgaben (z.B. „nicht finanzielle Erklärung“ im Jahresabschluss) im Finanzwesen gibt. So werden die Banken von der BAFIN aufgefordert, ihr Kreditportfolio auf Nachhaltigkeit hin zu bewerten. Sukzessive wird dies auch an die Firmen- / Kreditkunden weitergegeben. Außerdem ist bei Beratungsdienstleistungen der mit Projekt-Bezug einzukaufenden Anteil von Produkten (=Ressourcen) sehr gering.

Letztes Jahr habe ich bewusst meinen Ford Focus Active gegen ein kleineres und nachhaltigeres Auto (FORD PUMA, mild-Hybrid –ohne externe Steckdose) getauscht. Nach wie vor agiere ich dauerhaft vom Home-Office, trotz wiederholter Anfragen zur Anmietung von Räumen oder für Kooperationen. Die IT-Infrastruktur stammt von 2016 und ist bewusst nicht upgegradet worden. Die IT-Administration wird von den der Lockruf GbR aus Kassel und den netzlaboranten GmbH aus Gießen geleistet.

Grundsätzlich wird inzwischen versucht, bei jedem Einkauf die ökologisch höherwertige Alternative auszuwählen, wenn die finanziell möglich ist. Also beträgt dieser Anteil 100%.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Es wurden Vorbereitungen (Lieferantenliste und verkürzte GWÖ-Fragenkatalog) für eine spezifische Recherche zur Prüfung der aktuell dargestellten Indikatoren / Werte erstellt. Es wurden alle regionalen Lieferanten mit der Frage der Umsetzung der Nachhaltigkeit angeschrieben.

Der Smartphone-Tarif ist von O2 zu WEtell (klimaneutraler Mobilfunk) gewechselt worden. Es wird geprüft, ob eine Monatskarte für den ÖPNV sinnvoll sein kann und bei Terminen in Kassel nur zum nächsten Park & Ride Parkplatz gefahren wird.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Die Umsetzung im Rahmen des kontinuierlichen Verbesserungsprozesses nach der Basisrecherche wird angestrebt.

A3 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

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

Auf den Einkauf von Produkten / Dienstleistungen mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen wird bewusst verzichtet, sofern es möglich ist. Beim PKW war das aufgrund des ländlichen Standortes nur als Kompromiss durch den Tausch eines Mittelklasse-Fahrzeugs gegen einen Kleinwagen mit Hybrid-Motor umzusetzen.

Bei IT-Technik wird auf eine möglichst lange Nutzungsdauer geachtet und dass bei der Neuanschaffung für das Altprodukt ein Recycling möglich ist. Analog wird z.B. das aktuelle NOKIA-Smartphone durch ein „Shiftphone“ ersetzt; aber eben erst, wenn die Funktionalität nicht mehr gegeben ist und es Möglichkeiten zur Verwertung der Materialien des Altgerätes gibt.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Der Smartphone-Tarif ist von O2 zu WEtell (klimaneutraler Mobilfunk) gewechselt worden. Eine erste monetäre Prüfung (s. separate Anlage) hat ergeben, dass sich eine Monatskarte für den ÖPNV, egal ob Kassel o. Kassel-Plus, wirtschaftlich nicht rechnet. Zumindest bei der Kassel-Variante ist die Differenz der unter 30%, so dass ein ergänzender Umstieg geprüft wird. Relevante Faktoren sind nun noch die Fahrpläne / Fahrtakte und die zu prüfenden Fahrzeiten, um den Faktor Zeiteinsatz mit Blick auf die eigene Produktivität einschätzen zu können. Dazu werden zu gegebener Zeit Testfahrten unternommen.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

- *Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander?*

Alle benannten Firmen aus dem regionalen Netzwerk sind kleine Unternehmen, die mit wenig Mitarbeitern agieren, also auch sehr transparente Entscheidungswege nutzen. Der ethische und ökologische Wertekontext wird bei Beginn der Geschäftsbeziehung über den persönlichen Kontakt / Gespräche geprüft und der Partner / die Kunden danach ausgewählt. Über den fortlaufenden Dialog wird versucht, im Rahmen der Möglichkeiten, Einfluss zu nehmen. Bei der Beratung stehen z.B. immer Vorschläge zu MA-Beteiligungen, dem Vorschlagswesen oder für soziale-karitative Projekte auf der Agenda. Zudem wird regelmäßig über das eigene Engagement berichtet, um ein Vorbild zu sein und den Partnern / Kunden Einblick in eine wertorientierte Wirtschaftsweise zu gewähren und Möglichkeiten zu eröffnen.

Außerdem werden Empfehlungen für die regionalen Dienstleister ausgesprochen, wenn sich bei neuen Kontakten Anknüpfungspunkte ergeben.

- *Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?*

Durch den regelmäßigen Kontakt werden diese angestoßenen Punkte abgefragt und die Entwicklungen im jeweiligen Betrieb hinterfragt und gerne spezifische Vorschläge wiederholt. Sollte der Wertekontext nicht oder nicht mehr passen, wird die Zusammenarbeit abgebrochen.

Das Vorhandensein eines spezifischen Labels zur Transparenz und Mitentscheidung wurde nicht explizit geprüft. Aus der Erinnerung weist keines der regionalen Partner ein Label zu Transparenz und Entscheidung vor.

Alle (=100%) rekrutierten regionalen Dienstleister agieren transparent und partizipativ; in vielen Fällen werden so die Mitarbeiter aktiv in Entscheidungsvorgänge einbezogen.

Bei der Kasseler-Sparkasse sind spezifische Label vorhanden; ebenso hat FORD auf seiner Homepage entsprechende Zertifizierungen, allerdings sind diese nahezu 10 Jahre alt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Es wurden Vorbereitungen (Lieferantenliste und verkürzte GWÖ-Fragenkatalog) für eine spezifische Recherche zur Prüfung der aktuell dargestellten Indikatoren / Werte erstellt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Die Umsetzung im Rahmen des kontinuierlichen Verbesserungsprozesses nach der Basisrecherche wird angestrebt.

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

- *Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden überlegt?*

Der Betrieb ist aus eigenen Mitteln des Inhabers in 2003 aufgebaut worden. Es bestand kein großer Kapitalbedarf, da nur die IT-Infrastruktur, das Corporate-Design und die eine oder andere Fortbildung zu finanzieren waren. Dieser ist aus der Abfindung des vorherigen Arbeitgebers geleistet worden. Das Fahrzeug war bereits in finanzierter Form vorhanden. Andere Rechtsformen und Wege zur Eigenmittelerlangung waren bewusst ausgeschlossen worden, um die Unabhängigkeit in allen unternehmerischen Ebenen (finanziell, Arbeitsprozesse, Strategie und Entscheidungen, sowie Werte-Orientierung) zu erhalten.

- *Welche Formen und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/oder über Ethikbanken konnten umgesetzt werden?*

Die Hausbank, die Kasseler Sparkasse, ist eine der nachhaltigsten Banken der Region von dem Kreis der klassischen Kreditinstitute. Im letzten Geschäftsbericht wurden direkt 495 gesellschaftliche Gemeinwohl-Projekte in einem Volumen von rd. € 1,1 Mio. (+10% ggü. Vj.) dokumentiert. Dies entspricht rd. 2,3% des Gewinns vor Bewertungen und 12,5% des Jahresüberschusses (Gewinn nach Steuern). Lt. Nachhaltigkeitsbericht der KaSpk. sind in 2021 durch Auftragsvergaben an die regionale Wirtschaft, Unterstützung der Kommunen,

Spenden, Sponsoring und Zweckerträge € 101 Mio. für das Gemeinwohl geleistet worden (s. Pkt. 3.2 Nachhaltigkeitsbericht). Darüber hinaus werden die Kasseler Sparkassenstiftungen für die Stadt Kassel und den Landkreis unterstützt, die sich für Soziales, Sport, Kunst und Kultur engagieren. Zudem agiert die Kasseler Sparkasse in einem hohem Maße Werte orientiert (s. auch Punkt A1) im Umgang mit den Mitarbeitern und den Kunden. Dies erlebt der Berater in der täglichen Arbeit mit dem Bankpartner selber. Außerdem gibt es ein aktives Vorschlagswesen, an dem auch der Berater als Kooperationspartner teilnimmt.

Weiterhin sind 60% des Personals Frauen und die Führungspositionen sind zu 30% mit Frauen besetzt.

Die meisten Bankfilialen sind Barrierefrei gestaltet und im Onlinebanking gibt es bereits Vorleseprogramme, um Menschen mit Behinderung oder Mobilitätseinschränkungen Bankdienstleistungen zu ermöglichen.

Lt. Nachhaltigkeitsbericht Pkt. 4.2 sind bereits 25,65% der Gesamtaktiva (inkl. Kreditgeschäft) EU-Taxonomiefähig eingestuft.

Aufgrund des hohen Anteils öffentlicher Emittenten sind die Geldanlagen des Depots-A (Eigenanlage der Bank) lt. Rating der imug-Beratungsgesellschaft nur zu 5% zu verbessern.

Bei den nachhaltigen / ethischen Kunden-Geldanlagen hat die KSK schon 2021 freiwillig begonnen, die MA spezifisch zu schulen und baut die entsprechenden Anlageoptionen aus, um die seit 2022 geltenden gesetzlichen Vorgaben zur Product-Governance zu erfüllen. Viele der im Markt angebotenen nachhaltigen Anlageprodukte sind auch bei der KaSpk zu erhalten (z.B. Aktien der Ökoworld AG). Weitere Details zu der Entwicklung des nachhaltigen Angebotsportfolios sind der nicht finanziellen Erklärung (Nachhaltigkeitsbericht auf der Homepage der KaSpk) zu entnehmen.

Zudem dokumentiert die DEKA-Bank, die Fonds-Bank der Sparkassen, mit den Zertifizierungen der ISS.-ESG mit Note C+ Prime Industry Leader (Spektrum A+ bis D-) und der Note 17,4 (0-40+) der Sustainalytics der Morningstar-company, dass bereits die ersten Schritte zu einer Nachhaltigkeitsgestaltung des Anlage-Angebotsportfolios getan sind. Für die komplette Gestaltung der Nachhaltigkeit sowohl des originären Angebots, als auch des Eigenbetriebes ist eine Gesamtstrategie entwickelt, die konsequent umgesetzt wird. Dass das Ziel bis 2050 langfristig gesetzt ist, liegt u.a. daran, dass bestehende Verträge mit Kunden und anderen Geschäftspartnern nur einvernehmlich zu ändern / anzupassen sind, also der Bestandsschutz gilt. Die Akzeptanz und Einhaltung von Verträgen und gegenseitigen Absprachen ist aber ebenso Bestandteil der Nachhaltigkeit.

Insofern besteht aus Sicht des Inhabers keine Notwendigkeit, eine der bekannten Ethikbanken ins Portfolio aufzunehmen. Denn bei der GLS Bank bestehen keine persönlichen Kenntnisse über die Arbeitsverhältnisse und den Umgang mit den Mitarbeitern und es gibt keinen Filialbetrieb in meinem Umfeld, den ich nutzen könnte. Das wiegt m.E. den Vorteil der höheren Transparenz und des evtl. besseren inhaltlich-nachhaltigen Kreditgeschäftes der GLS Bank aber nicht auf.

Die Satzungen von Sparkassen ähnlichen denen von Genossenschaftsbanken in weiten Teilen und sind auf das Wohl der Gesellschaft ausgerichtet. Insofern bin ich nicht davon überzeugt, dass nur die Ethikbanken die guten = nachhaltigen Kreditinstitute sind (wie es in dem GWÖ-Handbuch und z.B. auch bei dem neuen GWÖ-Konto der Gemeinwohl.Coop dargestellt wird) und alle normalen Banken nicht nachhaltig agieren! Da sollte genauer hingeschaut werden, vor allem bei den vielen Regionalbanken in der BRD.

Der Berater steht bei diesen Themen im Konflikt der Bewertung von unterschiedlichen Vorteilen und Kriterien / Erkenntnissen. Man kann lange darüber streiten, wie Gewinne erwirtschaftet werden. M.E. aber mindestens genauso wichtig ist, wie diese verteilt / genutzt werden. So schütten z.B. die DAX-Unternehmen in der Regel zwischen 40-60% ihrer Gewinne an die Aktionäre aus. Wenn man in die Aktionärsstruktur schaut, sind meistens 60-80% der Aktien in Streubesitz, zu denen auch der Kleinsparer gehört. Von den restlichen Anteilen sind viele in Händen von Vermögensanlagegesellschaften, die wiederum indirekt für die Dynamik der Altersvorsorge-Anlagen von Versicherungen verantwortlich sind, also vor der Geldentwertung / Wertverlust schützen.

Auch werden ja die Kundengelder, die auf den lfd. Konten schlummern so angelegt und im Bank-Tages- bzw. Over-Night-Geschäft genutzt, dass die Bank in der Lage ist, die versprochenen Zinsen bezahlen zu können, und die Einlagen auch zurückzahlen zu können. Quasi by the way werden ja auch die Gehälter der Mitarbeiter durch die erzielten Erträge gesichert. Zudem stellt es sicher, dass die Kas.Sparkasse sich z.B. familienfreundliche (Elternzeit) oder umweltorientierte (Jobrad) Angebote leisten kann, ohne dass die Qualität des operativen Geschäftes leidet.

Insofern legt der Berater, auch aufgrund seiner eigenen aktiven Kenntnisse vom Bank- und Kreditgeschäft eine differenzierte Herangehensweise an dieser Stelle an den Tag.

- *Wie ist das Geschäft finanziert?*

Mein eigenes Geschäft ist außer mit den beiden finanzierten Wirtschaftsgütern (PKW, MUFUG), nicht Kredit finanziert, da ich durch umsichtiges Haushalten von Anfang an aus Guthaben agieren kann.

Die persönliche Altersversorgung besteht zu 40% aus den Rentenansprüchen aus früheren angestellten Tätigkeiten. Die restlichen 60% sind privat anzusparen und zuvor zu verdienen. Die Verteilung der Ansparung ist wie folgt:

<u>Altersversorgungs-Anlagen</u>	<u>Betrag</u>	<u>Träger</u>
Aktien- u. Akt.fonds-Sparen frei	250	Ich selbst.
Aktien-Renten-Vers.-Sparplan	250	Spk.Vers.
Rentenvers.+Buz	375	Heidelberger Leben
Fondsgebund. Rent.Vers.	390	Alte Leipziger
Inflationsausgleich Arb.geber Rente	33	Pensionskasse des BVV BankbeamtenVers.verein
Summen	1.298	

Die Anlage in Aktien ist mit Blick auf Inflation und die Niedrigzinsphase nötig, um die indirekte Vermögensentwertung zu verhindern und die Altersversorgung zu sichern. Die nachhaltigen Anlageanteile werden sukzessive erhöht, sobald es der Markt und die eigenen finanziellen Mittel zu lassen, denn auch Umschichtungen des Bestandes produzieren Kosten. Im Fokus stehen dabei Unternehmen, die bereits für ihre Nachhaltigkeit mindestens in Teilbereichen ausgezeichnet sind: z.B. Ørsted AG, Kemira Oyj, Stora Enso Oyj, Ökoworld AG, aber auch die Dt.Post (s. DHL ...uvm). Die gleiche Strategie / Prämisse gilt für die Ansparung der Aktien-Fonds.

Die Krankenversicherung ist privat bei der Axa. Aufgrund der gesundheitlichen Schwierigkeiten (chronische Neurodermitis und Rückenprobleme) ist ein Wechsel in die gesetzl. KV nicht mehr möglich.

Die Axa selbst hat bereits im Herbst 2012 die PSI (Principles for Sustainable Insurance der UN unterzeichnet und agiert konsequent danach und entwickelt das Unternehmen in diesem Sinne stetig weiter. Schon seit 2007 gibt es z.B. für alle Lieferanten verpflichtende Corporate Responsibility-Erklärungen. Beim CSR-Award von Zielke-Research 2021 hat die Axa den 1. Platz von 50 teilnehmenden Versicherern aus Deutschland belegt. Operativ ist die Axa eine der größten Spezialisten für die Versicherung von (nachhaltigem) Nutzwald und Erneuerbarer-Energie-Produkte / -Projekte wie z.B. Windparks.

Mit rd. 1,9 Mio. Versicherten in der BRD ist die Gegenseitigkeits-Gemeinschaft mit Bezug zur Einwohnerzahl in der BRD allerdings recht gering.

- *Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken verringert werden?*

Finanzrisiken bestehen nicht, da die zuvor beschriebenen Finanzierungen fristenkongruent gestaltet sind. Bei Bedarf kann jederzeit eine Ablösung aus eigenen Mitteln erfolgen.

- *Wie sind die Finanzpartner*innen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten?*

Die Kasseler Sparkasse wurde bereits in Punkt A1 als von den klassischen Kreditinstituten sehr nachhaltiges Kreditinstitut mit hoher Werteorientierung im Sinne der GWÖ/ESG/CSR dargestellt.

Der Nachhaltigkeitsbericht der KaSpk belegt das ausgeprägte soziale Engagement der Bank, sowie die zunehmende ethisch-nachhaltige Ausrichtung. Nicht zuletzt die Unterstützung vieler kleiner und Kleinstunternehmen sorgt für eine Förderung des Gemeinwesens in der Stadt und der Region, der sich z.B. die Großbanken nicht so ausgeprägt stellen.

Dem aktuellen Nachhaltigkeitsbericht zur Bilanz 2021 ist zu entnehmen, dass auch das originäre Geschäft zunehmend auf Nachhaltigkeit ausgerichtet ist.; die spezifischen Angebote werden immer besser und mehr in der Anzahl.

Aufgrund bestehender gesetzlicher Regulation zum Bankgeheimnis (seit 1619 in Deutschland geltendes Gewohnheitsrecht) dass u.a. als Nebenvertragliche Verpflichtung auf Art. 2 des GG (Schutz der Privatsphäre, Recht zur informationellen Selbstbestimmung des Bürgers) fußt, kann die Bank derzeit Transparenz-Anforderungen der Nachhaltigkeit / GWO nicht vollständig erfüllen. Außerdem ist die Kundenzustimmung für die Transparenz im Sinne der GWÖ (wie bei der GLS Bank) erforderlich. Ebenso verhindert §30a AO derzeit einen transparenten Umgang mit den Kundendaten –Kreditprojekten.

Allerdings folgt die Bank den zunehmend sich verändernden Regularien aus der EU zum Thema der Transparenz im Bankgeschäft, um z.B. für Steuergerechtigkeit zu sorgen und Geldwäsche aufdecken zu können.

Ob alle (Kredit-)Kunden, z.B. bei einer Abstimmung die gewünschte Transparenz wollen würden, bleibt dahingestellt.

Laut Statista beträgt das durchschnittliche Eigenkapital in der wissensintensiven Dienstleistungsbranche rd. 24,9%.

Mein Unternehmen wird als Einzelunternehmen geführt und erstellt lediglich eine Einnahmen-Überschussrechnung. Es wird also kein Eigenkapital ermittelt bzw. ausgewiesen.

Der Betrieb ist bis auf die PKW-Finanzierung u. das MuFuG-Leasing schuldenfrei. Jedes Jahr entstehen zwischen 2-10% vom Gewinn des Unternehmens als frei zu verwendende liquide Reserve. Wären diese Werte kumuliert im Betrieb angesammelt worden, wären jetzt, nach fast 19 Jahren der Firmenexistenz die benannten Branchenwerte erreicht.

Da das Eigenkapital wie erwähnt bei einem Einzelunternehmen nur eine untergeordnete Rolle spielt, sind diese Mittel entweder betrieblich re-investiert (i.d.R. Fortbildung, selten BGA), teilweise in der Firma zurückgelegt, oder aber in die private Altersversorgung oder die eigene Immobilie gesteckt worden.

- *Fremdfinanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart (Angaben in Tsd. EUR und in % vom Fremdkapital)*

Es besteht eine Kredit-Finanzierung für den PKW und ein Leasing für das Multifunktionsgerät (Kopieren, Scannen, Faxen).

<u>Finanzierer</u>	<u>Wirtschaftsgut</u>	<u>Art der Finanzierung</u>	<u>Betrag / Rate</u>	<u>Anteil an Fremdkapital</u>
Bank 11	PKW	Kredit	€ 22.778 / € 301 / 5 J.	67,40%
Mercator Leasing	Mult.funk.gerät	Leasing Hardware	€ 5.100 / € 85,00 mtl. / 5 J.	15,10%
Büroboss Pfannkuche	Mult.funk.gerät	Leasing Leistung u. Support	€ 5.915 / € 98,58 mtl. / 5 J.	17,50%

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Die Verträge sorgen für eine optimale Versorgung bzgl. Wartung und Ersatzteile und somit für den besten möglichen Ressourceneinsatz. Keine Änderungen umgesetzt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Es sind keine Änderungen geplant, da beide Wirtschaftsgüter für die Berufsausübung unverzichtbar sind.

Verbesserungspotential liegt aber in den monetären Kosten, sowie in der möglichen Nutzungsdauer der Güter.

Die monetären Kosten für Finanzierung von Wirtschaftsgütern zu senken sorgt für mehr finanzielle Reserven, für mehr Unabhängigkeit und mehr Möglichkeiten, in die gemeinschaftliche und persönliche Nachhaltigkeit (Altersversorgung) zu investieren. Letzteres ist nötig, da die bisherigen Optionen nur für eine Rente von mtl. € 2.200 reichen und die private auch im Alter teure KV weiter zu zahlen ist.

Multifunktionsgerät und Auto werden nun auch nach Ablauf der finanziellen / betriebswirtschaftlichen Nutzungsdauer so lange genutzt und repariert, wie es geht. Das war bisher anders, denn das Auto wurde konsequent nur mit Wirtschaftlichkeitsbezug (wenig Instandhaltung, wenig Reparaturkosten...) alle 4 Jahre neu gekauft.

Eine Abschaffung dieser Arbeitsmittel ist nicht möglich, da beide Wirtschaftsgüter für die Berufsausübung unverzichtbar sind. Aber es wird jetzt angestrebt, zum jeweiligen Zeitpunkt der Anschaffung die bestmögliche ganzheitlich nachhaltige Lösung (=auch bezahlbar) zu finden.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

- Welche notwendigen Zukunftsausgaben konnten ermittelt werden und wie weit sind ihre Deckung und zusätzliche Risikovorsorge möglich?

Für die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens, also die Marktfähigkeit der Leistungen ist es nötig, sich regelmäßig fortzubilden. Das betrifft sowohl Sachthemen, wie auch technische Fertigkeiten. Dafür stehen jährlich rund € 2.000 netto zur Verfügung; in guten Jahren auch bis zu € 3.000. Etwa 50% des normalen Zukunfts-Budgets werden monatlich angespart, der Rest wird bei Bedarf aus laufender Rechnung bezahlt. Diese Ausgaben stellen Betriebsaufwand dar.

- Welche Ansprüche stellen die Eigentümer*innen an Kapitalerträge mit welcher Begründung?

Es gibt keine externen Eigentümer. Der Geschäftsführer ist der einzige Gesellschafter. Dieser hat nur den Anspruch, seinen Lebensunterhalt inklusive der Altersversorgung zu gestalten. Ein Wachstum, z.B. durch Zusammenschluss mit anderen Beratern zu einem größeren Unternehmen wurde und wird immer abgelehnt. Die persönliche, unternehmerische und finanzielle Freiheit ist nie größer, als in der jetzigen Struktur. Diese Entscheidung ist bewusst getroffen, auch wenn das bedeutet, dass aufgrund der geringen personellen Kapazitäten auch Beschränkungen bezüglich möglicher Einkommenssteigerungen bestehen.

Die aus dem Unternehmen erwirtschafteten Gewinne bzw. der Cash-Flow verteilen sich wie folgt:

(Betriebsaufwand für Fortbildung)	(-2)
Gewinn nach Gewerbesteuer	64 (nach 0,992 Spenden/Zuwendungen)
Cash-Flow (Gew. zzgl. Afa)	68,5
Einkommenssteuern	-18
Unternehmerlohn	-40,32 (dav. -15,6 Altersvorsorge, -0,72 Spenden)
Tilgung Fahrzeug	-3,25
Dauer-Rücklage	-1,20
Freier Überschuss	5,73
Rücklagen Betrieb	-2,33
Freie Verfügung	-3,40

Die am Ende frei zur Verfügung stehenden Mittel werden situativ verwendet. Je nach Motivation und Notwendigkeit. So wurde z.B. in 2021 für die gemeinsame Aktion von Hessenforst und der Firma JOKA Kassel für ein regionales Aufforstungsprojekt gespendet. Ansonsten wird der freie Betrag für die private Rücklagenbildung (Altersvorsorge oder Renovierung des Reihenmittelhauses) verwendet.

Aus den betrieblichen Rücklagen ist bisher ein Guthaben von € 15.000 als Notfallguthaben im Unternehmen angewachsen. Dies ist nötig, da Versicherungsprämien für eine Versorgung ab dem 1. Tag eines (krankheitsbedingten-) Ausfalls nicht bezahlbar sind. Eine Berufsunfähigkeit würde faktisch sowieso frühestens nach 3, je nach Vorfall auch erst nach

6 Monaten zahlen. Dieses Guthaben kann im Risikofall, je nach Intensität desselben, die betrieblichen Kosten und Auszahlungen für 2-3 Monate decken.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Die Zukunftsausgaben wurden ohne Neuverschuldung getätigt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Im eigenen Betrieb gibt es da keine Verbesserungspotenziale; allerdings sicherlich hinsichtlich der weiteren Sensibilisierung der eigenen Kunden in Bezug auf das Thema.

B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Verteilung von Geldmitteln trotz stabiler Gewinnlage fair erfolgt?

Ich kann bestätigen, dass die Verteilung der Geldmittel fair erfolgt, da ich alleiniger Inhaber bin. Neben dem Lebensunterhalt und der Altersvorsorge ist genug Überschuss für Fortbildung und Spenden / soziales Engagement vorhanden.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Es ist der Plan entstanden, im Detail zu prüfen, ob die bisher bestehende Verteilung der Geldmittel ausgewogen ist und ob es Möglichkeiten gibt, die Unterstützung des Gemeinwohls auszubauen.

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

- *Welche Investitionen in eigene Anlagen haben ökologisches Verbesserungspotenzial?*

Bei der nächsten Anschaffung / dem Austausch der IT-Infrastruktur kann ein höheres Level der Nachhaltigkeit erreicht werden. Bzgl. Des PKW's wird bei der nächsten Anschaffung ein höheres Nachhaltigkeits-Level geprüft. Welche Angebote es dann (in 4-6 Jahren) gibt, bleibt abzuwarten. Aufgrund der nicht vorhandenen Möglichkeiten einer Strom-Versorgung in den Parkflächen zur Reihenhaussiedlung scheiden alle PKW-Optionen mit einer Plug-In-Verstromung aus.

- *Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt und welche Förderprogramme können genutzt werden?*

Aus den bei Punkt B.2 beschriebenen freien Mittel können diese Investitionen erfolgen. Für Förderprogramme wie go-digital / Digital-jetzt / den Digi-Zuschuss sind die nötigen Investitionen (<€ 2.000) zu klein und der dafür nötige formale und zeitliche Aufwand würde in keinem Verhältnis zur möglichen Fördersumme stehen.

- *Welche Investitionen wurden / werden konkret vorgenommenen?*

Aktuell werden keine Sach-Investitionen vorgenommen, so lange keine BGA kaputt geht. Mit einer vorbereitenden Recherche nach passenden nachhaltigen Anbietern wird begonnen. Im Rahmen des kontinuierlichen Verbesserungsprozesses wird in Höhe von € 2.000,00 netto in Weiterbildung investiert.

- *In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?*

Wie zuvor erwähnt, beteiligt sich der Betrieb in Höhe von rd. 2,5% des Gewinns nach Gew.steuern regelmäßig an der Unterstützung sozial-ökologischer Projekte. In der Einleitung „Unternehmen und Gemeinwohl“ sind die Projektträger benannt.

Ansonsten wird die freie Liquidität temporär als Kontoguthaben geparkt. Wenn bestimmte Losgrößen erreicht sind, idR € 2.000, und kein neuer betrieblicher Zweck entstanden ist, wird die konkrete Verwendung, geprüft. Eine Verteilung dieser Gelder auf andere Banken (z.B. die GLS Bank) würde für regelmäßige Transaktionskosten sorgen.

Insofern stehen dann eher Einzel-Förderungen / Spenden im Fokus der Entscheidung. Sollte es keine überzeugenden regionalen CSR-Projekte geben, werden die freien Mittel entweder in die Altersvorsorge (RentenVers.) bei der Alten Leipziger Vers. eingezahlt, oder direkt im DEKA-Depot in Aktienfonds oder Aktien selbst angelegt. Wie zuvor bereits erwähnt, wird der Aspekt der Nachhaltigkeit zukünftig im Vordergrund stehen und das Portfolio sukzessive umgeschichtet. Allerdings ist die Voraussetzung für eine nachhaltige Anlage auch deren Rentabilität und dass diese nicht zu einer Geldentwertung führt. Also werden Anlagen gesucht, deren Erträge idR >3% (Zielwert sollte über der durchschnittlichen Inflationsquote liegen) sind. Da sind also mit Blick auf den Werterhalt, der ja auch zur Nachhaltigkeit gehört, der ausschließlichen ganzheitlichen Nachhaltigkeit Grenzen gesetzt. Analog werden Kompromisse zugelassen, z.B. die Anlage in Ørsted Aktien (z.B. aktuell nur 1,67%) oder Unternehmen gesucht, wie die zuvor benannten Kemira Oyj und Stora Enso Oyj aus Finnland, die eine immer stärkere nachhaltige Ausprägung des Geschäftsmodells leben und mit dem operativen Geschäft einen direkten Beitrag leisten.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Das in der Einleitung und anderen Punkten benannte Förderbudget wird, solange es die finanzielle Lage erlaubt, konsequent fortgeführt. Ergänzt wird dies durch z.B. regelmäßiges ehrenamtliches zeitliches/persönliches Engagement im Gründerplanwettbewerb promotion-Nordhessen.

Weiterhin ist das Unternehmen zu Beginn des Jahres 2022 in die GWÖ eingetreten.

Die Recherche nach nachhaltigen Anlageprodukte ist intensiviert worden.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Aus heutiger Sicht sind mit Bezug auf die Budgets (Zeit u. Geld) keine konkreten Verbesserungspotenziale umsetzbar. Sofern sinnvolle Einzelprojekte auftauchen, wird eine Einzel-Unterstützung geprüft.

Was angestrebt wird, ist die nachhaltigere Gestaltung der finanziellen Rücklagen und der Altersvorsorge. Dies kann nur sukzessive geschehen, wenn genug Beträge angespart sind und bzgl. einer Umschichtung von Anlagen keine finanziellen Verluste generiert werden.

B3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Kann das Unternehmen bestätigen, dass das Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut oder dass zumindest eine mittelfristige Ausstiegsstrategie verfolgt wird?

Das Unternehmen bestätigt, dass das Geschäftsmodell grundsätzlich nicht auf ökologisch bedenkliche Ressourcen aufbaut ist. Allerdings ist zur Ausübung des Geschäftsmodells die Nutzung digitaler Technik nötig, was dann doch zu einer Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen führt.

Die EBIT-Rendite beträgt 77%. Das heißt, nur 23% der Einnahmen sind mit den in Punkt Fixkosten belegt. Von diesen Fixkosten wiederum entfallen nur 23% auf den direkten Verbrauch von Wirtschaftsgütern; der Rest betrifft die Inanspruchnahme von anderen Dienstleistungen.

Eine Ausstiegsstrategie gibt es nicht, da auf die IT-Technik (=ökologisch bedenklicher Abbau von z.B. seltenen Erden) nicht verzichtet werden kann, sondern nur auf einen höherwertigen Nachhaltigkeitslevel geachtet werden kann.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Kein Verbesserungspotential erkennbar, da die digitale Technik und die darin enthaltenen seltenen Erden und andere Rohstoffe unverzichtbar sind.

B4 Eigentum und Mitentscheidung

- *Wer sind die Eigentümer*innen, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?*

Der Eigentümer des Einzelunternehmens ist die Person des Geschäftsführers. Dieser geschäftsführende Gesellschafter hält also 100% der Geschäftsanteile und damit alle Rechte, Pflichten und übernimmt alle Haftungen. Der Betrieb ist ein EPU.

- *Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?*

Es gibt keine Mitarbeiter außer der Person des geschäftsführenden Inhabers selbst. Der Betrieb ist ein EPU.

- *Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer*innen gesichert und wie wird die neue Gemeinschaft auf diese Aufgaben vorbereitet?*

Da es nur eine handelnde Person gibt, die gleichzeitig auch der Eigentümer ist, sind alle Entscheidungen transparent. Bei wichtigen Entscheidungen erfolgt zuvor eine Selbstreflexion (Positiv-Negativ-Liste) und informelle Klärung der Alternativen. Sollte mit diesen Methoden keine Entscheidung zu treffen sein, wird Rat aus dem externen Dienstleisternetzwerk gesucht.

- *Wie hat sich die Eigentümerstruktur in den letzten Jahren entwickelt und wie wird die Veränderung abgesichert?*

Es gibt seit der Gründung keine Veränderung in der Eigentümerstruktur; der Betrieb ist ein EPU. Von Berater- / Netzwerkkollegen angetragene Beteiligungswünsche werden konsequent abgelehnt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Es besteht kein Handlungsbedarf, analog keine Änderungen. Vertretungsregelungen für das operative Geschäft können über das Netzwerk (RKW-Beraterkollegen, Bankpartner, Stb.) organisiert werden.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Es ist keine Verbesserungsmaßnahme erkennbar.

Das Eigenkapital ist selbst eingelegt bzw. selber erwirtschaftet, da der Betreib ein EPU ist. Es bestehen keine Ansprüche externer Personen an das Eigenkapital bzw. dessen Verzinsung. Fällt der Eigentümer aus, hat das also keine monetären Auswirkungen auf andere Kapitalgeber / Finanzpartner, sondern trifft nur ihn selbst. Auch für die Kunden entsteht kein finanzieller Ausfall, da diese nur die beratende Dienstleistung in Anspruch nehmen. Ein mögliches entstehendes Informationsdefizit durch den Ausfall des Eigentümers monetär im Sinne eines Vermögensschadens zu bewerten, spielt nur im Rahmen der laufenden Leistungserbringung eine Rolle. Für die Gesellschaft / das Gemeinwesen besteht nur das Risiko der Betriebsbeendigung und den folgenden Wegfall der künftigen Steuereinnahmen. Ein Kapitalverlustrisiko besteht nicht.

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

- *Wie kann die Unternehmenskultur im Unternehmen beschrieben werden?*

Das Unternehmen legt Wert auf einen menschlichen und respektvollen Umgang mit allen Beteiligten zu jeder Zeit, egal wie herausfordernd die situative Lage auch ist. Dies gilt für alle Geschäftspartner, Kunden und v.a. für den Inhaber-Geschäftsführer, der auch zugleich der einzige Mitarbeiter ist. Der Mensch steht im Vordergrund aller Entscheidungen. Fühlt sich der Mensch wohl, kommt (fast) alles von selbst: Motivation, Leistung, Kreativität, Mitwirkung.

- *Welche Maßnahmen wurden zu betrieblicher Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz umgesetzt und wie werden sie evaluiert?*

Das Büro ist ausschließlich in den eigenen privaten Räumen zu finden. Es wurde seit der Gründung aus dem Home-Office agiert. Es gibt eine Fahrrad-Home-Trainer, sowie eine mobile Reckstange, die regelmäßig genutzt werden. Zudem sorgen diese für situativen Abbau von Ärger / Stress und helfen beim Abstand gewinnen.

Fest im Kalender verortet sind am Mittwoch und Freitag die Uhrzeiten des Feierabends um 16.15 Uhr, da danach Ausdauertraining im Schwimmbad erfolgt. Im Sommer verschieben sich die Schwimmzeiten ins Freibad und in die Mittagszeit.

Vor 3 Jahren wurde ein höhenverstellbarer Schreibtisch und ein passender Bürostuhl angeschafft, um Rücken- und ergonomisch optimiertes Arbeiten zu ermöglichen.

Arbeiten am Wochenende wird, wenn Bedarf entsteht, auf 1x monatlich für 4 Stunden (meistens Samstag vormittags) begrenzt. Sollten zu viele Mehrstunden geleistet werden, wird diese Zeit (zumindest anteilig) an anderen Tagen nachgeholt.

Eine Evaluation findet über das persönliche Befinden statt und regelmäßige prophylaktische Arztbesuche. Diese werden zwar an die betrieblichen Zeitbudgets angepasst, dürfen aber während der Arbeitszeit stattfinden.

- *Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von sowie im Umgang mit Mitarbeitenden und welche Betriebsvereinbarungen bzw. Maßnahmen gibt es bereits?*

Es gibt keine anderen Mitarbeiter als den Inhaber-Geschäftsführer. Die Diversität wird bei allen Arten von Geschäftsbeziehungen aktiv gelebt; es gibt keine Vorbehalte. Den respektvollen Umgang mit Menschen aller Art habe ich bei meinem früheren Engagement beim Volksbund Deutsche Kriegsgräberfürsorge gelernt und durch eigene Erfahrungen. Denn in akuten Phasen der Neurodermitis ist das äußere Erscheinungsbild von mir (zerkratzte und wund Haut; unangenehmer Geruch) immer von allen anderen Menschen, die mir begegneten, akzeptiert worden und der Umgang war normal.

Das Unternehmen besteht seit dem 01.07.2003 ununterbrochen in unveränderter Struktur. Der einzige Mitarbeiter ist der Inhaber-Geschäftsführer.

- *Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro Mitarbeitendem bzw. nach Führungsebene*

Es gibt ein Fortbildungsbudget von rd. € 2.000 p.a., dass je nach Interessenlage ausgenutzt werden kann. Dies bezieht sich auf die notwendigen Themen rund um die Kernkompetenz der Bankkommunikation, des Firmenkreditgeschäfts und des Controllings. Genauso aber sind auch alle Entwicklungsmöglichkeiten darstellbar, wenn dies der Stärkung der Kompetenzen und der Persönlichkeit des Mitarbeiters bzw. des Geschäftsführers / des Inhabers dient.

- *Gesundheits-/Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung), Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen*

Wie im gesamten persönlichen (Arbeits-) Leben sind Fehlzeiten wegen Krankheit extrem selten. Während der Selbstständigkeit gab es nur Fehlzeiten wegen Krankenhausaufenthalten / Operationen.

- *Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle*

Aufgrund der Bürotätigkeit gibt es wenig klassische Gefährdungslagen. Analog gab es keine Betriebsunfälle. Das schlimmste was passiert ist das Schneiden eines Fingers am Papier. Bei den Fahrten zum Kunden wird der PKW genutzt. Bislang gab es keinen Fahrtenunfall.

- *In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit / Diversität: Inhalte + Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden*

Es werden alle beschriebenen Angebote (Schwimmen, Hometrainer, mobile Reckstange...) regelmäßig genutzt. Schwimmen 2x die Woche, die anderen beiden Geräte sind täglich für rd. 15 Minuten (zur Hälfte vormittags und nachmittags) während des Arbeitstages geplant; dies wird nicht immer eingehalten.

- *Demografische Verteilung der Mitarbeitenden des Unternehmens im Hinblick auf Dimensionen der Diversität (zumindest nach den Kerndimensionen von Diversität: Alter, Geschlecht, Ethnie, körperliche / psychische Einschränkungen, sexuelle Orientierung, Religion – sofern erhebbar und relevant)*

Nicht relevant, da nur der Inhaber-Geschäftsführer arbeitet.

- *durchschnittliche Karenzdauer von Vätern-/Müttern in Monaten*

Nicht relevant, da nur der Inhaber-Geschäftsführer arbeitet.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Fitnessgeräte, regelmäßiges Fitnesstraining, Fortbildung und Persönlichkeitsentwicklung.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Aus Sicht des Inhaber-Geschäftsführers ist das Angebot mehr als ausreichend. Allerdings könnte die Nutzung der Angebote bzgl. der täglichen Regelmäßigkeit / Konsequenz verbessert werden.

Der Inhaber-Gefü verfügt über ein hohes Maß an sachanalytischer und persönlicher Selbstreflexionskompetenz, die auch angewendet wird. Aufgrund der zunehmenden Intensität des Geschäftes fehlt aber trotzdem ab und an ein Gesprächspartner für den inhaltlichen / persönlichen geschäftlichen Austausch.

C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen?

Das Unternehmen bestätigt, keine menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen zu unterstützen.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Zur Erweiterung des Horizontes und der Intensivierung und Authentifizierung der Umsetzung der eigenen Werte ist das Unternehmen in die GWÖ eingetreten und lässt sich GWÖ-bilanzieren.

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

- *Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster "lebenswürdiger Verdienst" zusteht?*

Es wird mehrmals jährlich, immer aber mit dem steuerlichen Jahresabschluss, geprüft, ob die erwirtschafteten Gewinne für den notwendigen Unternehmerlohn und alle anderen nötigen und gewünschten Ausgaben ausreichen. Bei Bedarf wird beidseitig monetär angepasst oder aber möglichen Maßnahmen / Veränderungen zur Verbesserung der Lage entwickelt.

- *Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen?*

Die grundsätzliche Höhe des Unternehmerlohn kann frei bestimmt werden. Die Grenzen setzt das erwirtschaftete und zur Verfügung stehende freie finanzielle Budget. Es wird nach der Maßgabe agiert, nur das Mindestpensum (=Deckung aller betrieblichen und persönlichen Ausgaben) zu entnehmen. Darüber hinaus erzielte Überschüsse werden situativ, mit hoher Motivation für das Allgemeinwohl, eingesetzt.

- *Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt? Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?*

Sämtliche Aufgaben / Arbeitszeiten werden von dem einzigen Mitarbeiter wahrgenommen. Die mit Projektbezug geleisteten Zeiten werden festgehalten. Das komplette Zeitmanagement des Betriebs wird 1x jährlich mit dem Jahresabschluss reflektiert und bei Bedarf Maßnahmen zur Optimierung definiert.

Für den Erfolg der Unternehmung ist vor allem die hohe Flexibilität der Zeitplanung maßgeblich. Ob dies nun mit Mehrstunden oder durch normale, nur verschobene Arbeitszeiten umgesetzt wird, ist von untergeordneter Natur. Da mit viel Spaß geleistet wird, es viele Freiheiten in der Tagesgestaltung gibt, ist man bei der Arbeit selten auf die Uhrzeit oder Arbeitsdauer fokussiert, sondern auf den Projektfortschritt und das persönliche Wohlfühl.

- *Wie können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden?*

Es besteht jederzeit die Möglichkeit, Arbeitszeiten an persönliche / gesellschaftliche Bedürfnisse anzupassen. Zudem sind verschiedene Informationsmedien zugänglich, um über interessante Veranstaltungen / Projekte informiert zu sein.

- *Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen? Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?*

Da es sich um ein Einzelunternehmen handelt, regelt dies der geschäftsführende Inhaber in Selbstorganisation. Es gibt kein fest fixiertes Arbeitszeitmodell. Allerdings gibt es situative Verschiebungen. So lassen sich Konzeptarbeiten außerhalb der Kommunikationszeiten mit

den Finanzpartnern effizienter und mit höherer Qualität erstellen. Ebenso sind Denkzeiten nötig, in denen die aktive Arbeit am Projekt ruht und den Gedanken freien Lauf gelassen wird.

- *Welche Maßnahmen gibt es in der Organisation, um eine Work-Life-Balance zu gewährleisten?*

Trotz der nicht definierten Arbeitszeiten wird darauf geachtet, dass Wochenenden frei bleiben und nach 17.30 Uhr (freitags nach 16.15 Uhr) nicht mehr gearbeitet wird. Zudem besteht die Option, Zeitfenster für Sport einzuschieben. Die Wege vom Home-Office zum Home-Trainer bzw. der mobilen Reckstange sind kurz. Auch Spaziergänge in der Natur sind jederzeit möglich. Neben dem Tower-PC kann einem Laptop gearbeitet werden, so dass der Arbeitszeit jederzeit in eine andere Umgebung verlegbar ist. Auch persönliche Gespräche mit lieben Kollegen werden wahrgenommen. Ebenso wird oft mit musikalischer Untermalung gearbeitet.

Es ist kein formaler Höchstverdienst fixiert, lediglich ein Mindesteinkommen im Sinne der Deckung aller nötigen Ausgaben. Nach oben ist das Einkommen durch die maximale Arbeitszeit und damit korrespondierende Anzahl an zu leistenden Projekten begrenzt. Außerdem setzt der abzurechnende und im Markt durchsetzbare Stundensatz weitere Leitplanken. Zusätzlich hat der Berater bewusst Grenzen für sich definiert, da nur regional (ca. 90 Minuten um Kassel herum) agiert wird. Dies begrenzt die Zahl der Projekte und den Stundensatz.

- *Medianverdienst*

Da es nur einen Mitarbeiter gibt, ist kein Median zu berechnen.

- *Standortabhängiger "lebenswürdiger Verdienst" (für alle Betriebsstandorte)*

Dieser Verdienst entspricht dem zuvor benannten Mindesteinkommen / Unternehmerlohn. Es gibt nur einen Firmenstandort.

- *Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z. B. 38 Stunden)*

Es gibt keine feste Zeitvorgabe, da es nur einen Mitarbeiter gibt. Neben dem persönlichen Wohlgefühl wird aber darauf geachtet, dass Mo.-Do. nicht nach 18 Uhr gearbeitet wird. Freitags ist um 16.15 Feierabend. Ausnahmen gibt es nur, bei besonderen betrieblichen Anlässen oder wenn z.B. der Arbeitstag bewusst später begonnen, oder eine längere Pause genommen wurde.

- *Tatsächlich geleistete Überstunden*

Die Mehrstunden werden nicht aktiv gezählt. Wie erwähnt werden nur Projektrelevante Arbeitszeiten erfasst. Es kann aber davon ausgegangen werden, dass mindestens an einem der Tage von Mo.-Do. 1-2 Stunden mehr geleistet wurden. Zudem gibt es mindestens 1x monatlich Referenten- / Netzwerkaktivitäten, die in der Regel abends stattfinden. Dieses Engagement wird weder in Zeit, noch in Geld vergütet.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Im Zuge der Berichterstattung wurde das Bewusstsein für die Einhaltung der wenigen definierten Regeln zur Arbeitszeit mit Bezug auf die Work-Life-Balance geschärft.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Die eigenen Ansprüche noch öfter = regelmäßig täglich einhalten.

C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Mitarbeitenden nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet werden?

Das Unternehmen bestätigt, dass der Mitarbeiter nicht durch einen ungerechten Arbeitsvertrag einseitig belastet bzw. ausgebeutet wird.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Es ist kein Verbesserungspotential erkennbar, da die gewünschte Maxime des Einzelunternehmens mit Home-Office und der erwähnten Flexibilität der Gestaltung der Arbeitszeit umgesetzt ist.

C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

- *Welchen Wert legen das Unternehmen und die Mitarbeitenden auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz?*

Bisher ist das nur rudimentär beachtet worden, da es auch eine Geschmacksfrage und der Änderungen eigener Gewohnheiten ist, aber es wird mehr. Denn beim Einkauf wird stärker auf regionale Lebensmittel fokussiert.

Dies vor allem weil der örtliche Einkaufsmarkt ein größeres spezifisches Angebot aufweist, als der bisher besuchte Markt. Dies hat allerdings Grenzen, da die chronische Neurodermitis (u.a. starke Unverträglichkeit von Zitronensäure) z.B. den Genuss von frischem (Markt-)Obst verhindert.

Bisher wird versucht, die Ernährung ausgewogen zu gestalten. Der Fleischkonsum ist auf 400 Gramm Wurst (kein Stückfleisch) die Woche begrenzt. Sukzessive wird bereits auf Alternativ-Produkte umgestiegen; so werden z.B. vegetarische Frikadellen verspeist.

Außerdem wird neben dem täglichen Teekochen nur 2x wöchentlich gekocht, also für die Ernährungsbereitung Strom verbraucht. Ansonsten wird belegtes Brot oder Salat gegessen.

Neben Mineralwasser wird zusätzlich immer öfter auf Leitungswasser zurückgegriffen, um so möglichst wenig Getränkeboxen / Plastikmüll zu produzieren.

- *Welche Verkehrsmittel benutzen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?*

Es wird kein Verkehrsmittel benutzt, da der Hauptarbeitsplatz das Home-Office ist. Fahrten zum Kunden und den Finanz- / Netzwerkpartnern werden mit dem eigenen PKW erledigt.

- *Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden, gibt es Weiterbildungsangebote?*

Es werden verstärkt Seminare zu dem Thema der Nachhaltigkeit besucht. Aktuell ist eine Reihe der Kooperation der IHK Kassel mit der Uni Kassel (Fachbereich Umweltgerechte Produkte und Prozesse, Ltg. Prof. Hesselbach) „Wege zum klimaneutralen Unternehmen“ gebucht.

Außerdem sorgt das GWÖ-Unternehmerforum für den nötigen offenen Austausch dazu.

Es wird verstärkt darauf geachtet, dass die Berufskleidung regelmäßig ausgelüftet wird, damit weniger gewaschen werden muss.

Verpflegung aus ökologischer Herkunft	30%
Anreise mit PKW	100%
Anreise mit ÖPNV	bisher keine
Anreise mit dem Fahrrad	0%; aus Landkreis dauert es zu lange
Anreise zu Fuß	0%; Entfernung aus Landkreis zu weit
Nutzungsgrad ökologischer Angebote	wenn es da ist zu 100%

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Die Organisation einer Monatskarte für den ÖPNV wurde begonnen. Somit wird künftig bei Terminen in Kassel, die zu normalen ÖPNV-Taktzeiten stattfinden, auf denselben zurückgegriffen.

Es werden verstärkt Fortbildungen zum Thema der Nachhaltigkeit und der Umsetzung im Unternehmen besucht und die Erkenntnisse versucht, zunächst einzel-situativ, und bei Erfolg dauerhaft zu implementieren.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Weitere Verbesserungen sind derzeit außer das ÖPNV-Thema nicht erkennbar, werden aber im Reflexionsprozess geprüft.

C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens

Kann das Unternehmen bestätigen, dass im Unternehmen weder Verschwendung von Ressourcen gefördert noch unökologisches Verhalten geduldet wird?

Der Betrieb bestätigt, dass die Verschwendung von Ressourcen bzw. unökologisches Verhalten nicht gefördert wird, wenngleich dies ab und an (z.B. bei Nervennahrung) trotzdem passiert.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Der Einkauf der Lebensmittel am Arbeitsplatz ist auf regionale Produkte umgestellt worden.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

- *Welche wesentlichen/kritischen Daten sind für die Mitarbeitenden leicht zugänglich?*

Es sind alle Daten für den Mitarbeiter-Inhaber zugänglich. Der Betrieb ist ein EPU.

- *Wie werden Führungskräfte ausgewählt, evaluiert und abgesetzt? Von wem?*

Da alles im Einzelunternehmen in Personalunion erledigt wird, gibt es nur eine Selbstreflexion (Inhaber als Gefü [Strategie/Ziele] mit dem Inhaber als Mitarbeiter [Arbeitsvolumen / aktuelle Projekte]), aber keinen Austausch von handelnden Personen.

- *Welche wesentlichen Entscheidungen können die Mitarbeitenden mehrheitsdemokratisch oder konsensual mitbestimmen?*

Alle Entscheidungen werden in vollem Umfang mitbestimmt. Der Betrieb ist ein EPU.

- *Welche Erfahrungen wurden bisher mit mehr Transparenz und Mitbestimmung gemacht?*

Im Sinne der Darstellungen wurden gute Erfahrungen im eigenen Unternehmen mit Transparenz und Mitbestimmung und regelmäßiger Reflexion gemacht.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Transparenz und Mitentscheidung sind zu 100% im Betrieb (=EPU) umgesetzt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Da es sich um ein Einzelunternehmen handelt, gibt es kein Verbesserungspotenzial.

C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Verhinderung des Betriebsrates vorliegt?

Ja, es gibt keine Verhinderung eines Betriebsrates. Meine Ehefrau (ex BR-Mitglied beim TÜV Hessen) und ich achten gegenseitig auf uns und die Einhaltung von Arbeitsrecht relevanten Themen.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Es sind keine Verbesserungen nötig.

D1 Ethische Kundenbeziehung

- *Wie werden neue Kund*innen gewonnen und wie Stammkund*innen betreut?*

Das Unternehmen präsentiert sich über eigene Vorträge, Fortbildungs- und Netzwerkaktivitäten im Markt. Klassischen Vertrieb im Sinne der Kalt-Akquisition von Kunden gibt es nicht. Der Finanznavigator lebt von Empfehlungen.

Dies ist auch deswegen möglich, weil für das Erfüllen der monetären Mindestanforderung nur die Stammkundenbegleitung und 1 Zusatzprojekt nötig sind. Aktuell werden 18 Kunden betreut, davon sind 12 Stammkunden, der Rest sind Projektmandate.

Alle Kunden werden auch außerhalb der originären Arbeit regelmäßig persönlich in Eigeninitiative angesprochen / angerufen. Da die Arbeit intensiv und inhaltlich oft komplex ist, wird vom Unternehmen Wert auf eine persönliche und positive Beziehung zum Kunden gelegt. Außerdem wird das unternehmerische Informationsmanagement des Kunden vom Finanznavigator unterstützt. In dem Kontext werden immer wieder Anregungen zur Verbesserung bzw. zum Aufbau von MA-Beteiligungen, dem Vorschlagswesen oder für soziale-karitative Projekte gegeben.

Abzurechnenden Leistungen werden nur dann angeboten, wenn eine Notwendigkeit bzw. ein Mehrwert für den Kundenbetrieb erkannt und nachgewiesen werden kann, oder es der Wille des Kunden selbst ist.

- *Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kundennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?*

Von Anfang der Selbstständigkeit an stand immer der Kundennutzen im Vordergrund. Dies dient dem Aufbau der einer vertraulichen und meist auch langfristigen Kundenbeziehung. Dazu gehört z.B. ein kostenfreies Erstgespräch, um eben den Bedarf zu prüfen, zu klären, ob und wie ich als Berater unterstützen / lösen kann und ob die Chemie passt. Die meisten Aufträge, die ich ablehnte, nahm ich aus persönlichen Gründen nicht an; selten aus betriebswirtschaftlichen Erwägungen.

Die Voranstellung des Kundennutzens wird u.a. dadurch aktiv gelebt, dass das Honorar an die Größenordnung des Kunden-Unternehmens angepasst wird. Kleinere Unternehmen (i.d.R. Umsatz < € 1 Mio. p.a.) zahlen etwa 17% weniger Honorar (€ 125 netto pro Stunde statt € 150,00) und es wird darauf geachtet, Förderungen zu Gunsten der Kunden für die Beraterleistung generieren zu können. Deswegen achtet der Finanznavigator darauf, seine Leistungen beim RKW und der BAFA aufrecht zu erhalten.

In Zeiten von internen sowie externen Krisen (z.B. die Pandemie) kam und kommt es auch zu der einen oder anderen Pro-Bono-Leistung oder dauerhaften Senkung des Stundensatzes. Bei den kleinsten betroffenen Kunden wurde (temporär – Sprachdienstleister [Gegenwert rd. € 2.000=28,5% meines Monatszielumsatzes] / regionaler Freizeitsportanlagenanbieter dauerhaft [Gegenwert rd. € 1.500 p.a.=1,8% meines Jahresumsatzzieles]) auf ein Beratungshonorar verzichtet. Bei einem Autohaus ist der Stundensatz dauerhaft um € 25 auf € 100 netto gesenkt worden und liegt damit 1/3 unter dem üblichen Satz.

Das Geschäftsmodell selbst sorgt für den vorangestellten Kundennutzen. Mit dem Aufbau einer ausgewogenen Finanzierungsstruktur und dem Finanz- und Risiko-Controlling wird die

Existenz des Kundenunternehmens dauerhaft gesichert. Damit die Arbeitsplätze, die private Existenz der Mitarbeitenden, sowie den Erhalt aller Leistungen (Steuern, Sozialabgaben etc.) für das Gemeinwesen. Es war immer das Ziel, wenige Kunden, diese aber intensiv zu beraten. Auf Mengengeschäft war der Betrieb nie ausgerichtet. Der hohe Anteil an Stammkunden und eine moderat bescheidene Lebensweise sorgen für finanzielle Unabhängigkeit.

- *Welche Kund*innen-Gruppen haben einen erschwerten Zugang zu den Produkten und Dienstleistungen? Was wird getan, dass diese auch in den Genuss der Produkte/Dienstleistungen kommen können?*

Es gibt nur wenige Kundengruppen, die einen erschwerten Zugang zu meinen Dienstleistungen haben. Zum einen gibt es inhaltliche Ausschlüsse (Betriebsgröße oberhalb der Zielgruppe und die Branche wird ausgeschlossen [z. B. Rüstung, Erotik...u.a.]). Andererseits spielen meine Kapazitäten aufgrund der Stammkunden und die monetäre Lage des anfragenden Kunden eine Rolle.

Wenn z.B. Kunden in einer wirtschaftlich schwierigen bis existenzbedrohlichen Lage sind, ist eigentlich kein Geld für eine intensive Beratung im Sinne eines Feuerwehr-Engagement da. Dies kann nur über die BAFA-Förderung für Unternehmen in Schwierigkeiten geleistet werden, wenn die BAFA-Bedingungen zu erfüllen sind, was in diesen Fällen nicht immer der Fall ist.

Aus Gründen der eigenen Work-Life-Balance ist die Arbeit mit Sanierungskunden auf ein Minimum nach sehr genauer Auswahl reduziert.

Anderer wirtschaftlich schwache Kundengruppen, wie z.B. Klein Gründungen ohne Eigenmittel (evtl. aus der Arbeitslosigkeit) oder mit migrantischem Hintergrund können oft nur eingeschränkt (kleine Zeitbudgets) bzw. mit Einbindung von Förderungen (z.B. über das RKW) beraten werden. Bei erkennbarer sehr intensiver nötiger Beratung werden diese oft auch abgelehnt, da der Einsatz die ethisch-moralische (pro Bono-) Einsatzbereitschaft überproportional überschreitet.

Denn die finanzielle Lage des Betriebes ist zwar unabhängig, aber zu viele Low Budget oder pro Bono Projekte sind trotzdem nicht möglich, da diese die Unabhängigkeit und den teilweise monetär großzügigen Umgang mit den Stammkunden gefährden.

Andererseits wird, wenn ein Kunde weniger Mittel zur Verfügung hat, wenn Interesse an dem Projekt besteht, der Stundensatz reduziert, oder eine Pauschale vereinbart. Bei Stammkunden wird in schwierigen Zeiten, wie in der Pandemie, das Zahlungsziel gestreckt oder auch auf die eine oder andere Abrechnung komplett verzichtet.

Allen Kunden, die nicht beraten werden, wird aber, soweit nach dem Erstgespräch erkennbar, immer ein Paket an Handlungsempfehlungen und möglichen Lösungspartnern mit auf den Weg gegeben.

Budgets Marketing, Kampagnen	Kein Budget, es wird nur die Homepage und das Netzwerk gepflegt
Bezahlung VK-Mitarbeiter	Keine; kein VK-Mitarbeiter
Umsatzvorgaben	Keine; nur das eigene Mindesteinkommen
Anteile Portfolio mit benachteiligten Kunden-Gruppen	7%; alleinerziehende Mutter mit Dienstleistungs-Unternehmen (2+20 MA)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Alle Kundenbeziehungen werden mit hohem ethisch-moralischen und persönlichen Anspruch authentisch gelebt. Kunden haben den Finanznavigator als „gradlinig, aber warmherzig“ bezeichnet. Das trifft es m.E. sehr gut.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Es sind keine erkennbar.

D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt werden?

Das Unternehmen bestätigt, keine unethischen Werbemaßnahmen durchzuführen.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

In dem Geschäftsmodell sind bzgl. der Ethik keine Verbesserungen erkennbar.

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

- *Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert und welche Ziele werden dabei verfolgt und in welchen Bereichen verhält sich das Unternehmen solidarisch gegenüber anderen Unternehmen und hilft uneigennützig?*

Es wird mit mehreren Unternehmen kooperiert. Mit dem RKW Hessen besteht eine langjährige Partnerschaft (inkl. Mitgliedschaft im RKW-Verein). Das RKW setzt seit Jahrzehnten Beratungsprojekte zu umweltgerechtem Wirtschaften und zur Energie- und Ressourcen-Effizienz um. Da das RKW auch weitere Unternehmensentwicklungsprojekte umsetzt, besteht gegenseitiges Interesse an einer Zusammenarbeit. Diese wird so seit Beginn meiner Selbstständigkeit umgesetzt. Zudem ist das RKW Fortbildungsträger. Dies habe ich sowohl als Teilnehmer, wie auch als Referent unterstützt. Das RKW hat die Hessische Charta der Initiative für verantwortungsvolles nachhaltiges Wirtschaften unterschrieben.

Mit verschiedenen Mitgliedern der Berater-AG-Nord des RKW Hessen wird gegenseitig informell kooperiert; dies sind z.B. Kranich Prozessmanagement und Schulz Managementsysteme. Mit dem IT-Dienstleister netzlaboranten GmbH (Gefü-Gesellschafter Guy Simonow) werden die originären Dienstleistungen unentgeltlich getauscht.

Neben dem persönlichen Austausch über die RKW-Berater-AG hinaus wird auch die GWÖ-Bilanzierung von Dr. Gabriele Mönicke Coaching Beratung Training begleitet.

Mit den Standortentwicklungs- und Gründungsabteilungen der IHK/HWK wird seit Jahren eng zusammengearbeitet. Für beide Kammern wird ehrenamtlich als Referent agiert und es werden als Teilnehmer viele (Fortbildungs-)Veranstaltungen besucht. Bis 2021 wurden die Wirtschaftsunioren Kassel e.V. unterstützt.

Mit der Kasseler Sparkasse wird neben der eigenen Kontoverbindung ein intensiver informell fortbildender gegenseitiger Austausch gepflegt.

Mit der Auskunft Creditreform wird ebenso ein gegenseitiger informeller und fortbildender Austausch sowohl als Teilnehmern, Kunde, wie auch als ehrenamtlicher Referent gelebt. Creditreform Kassel Fulda ist der Region Nordhessen stark verbunden und bringt das durch regelmäßiges Sponsoring von Projekten um Ausdruck. Zudem hat Creditreform nun mit dem eigenen Projekt CrefoGreen beschlossen, für den eigenen Unternehmensverbund das Ökoprotit-Management-System (ein Umweltmanagementsystem) einzuführen. Die Pilotstandorte sind zunächst die Niederlassungen Neuss-Hammfeld und -Europadammm.

Für den Gründungsplanwettbewerb promotion Nordhessen besteht ebenso eine enge und langjährige Geschäftsbeziehung. Mit ehrenamtlichen Leistungen, Sponsoring und einem entgeltlichen Workshop wird der Wettbewerb und seine Teilnehmer aktiv unterstützt.

Bei allen Kooperationspartnern wird vorrangig das Ziel verfolgt, einen kurzen Weg zu wichtigen Informationen und Wissens- bzw. Entscheidungsträgern zu sichern, um die bestmögliche Unterstützung und Umsetzung meiner Kundenprojekte sicherzustellen. In zweiter Linie ist es mir wichtig, mich für die Region in der ich lebe und arbeite zu engagieren, damit alle, die dort unterwegs sind, davon profitieren. Geht es der Region gut, ist genug Arbeit vorhanden, die Infrastruktur ist gestärkt und die Entwicklung bleibt positiv. So bleibt Nordhessen attraktiv und lebenswert.

Es gibt keine Einzelprodukte bzw. Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden. Auf die dargestellten Netzwerkpartner wird situativ zurückgegriffen bzw. mit diesen Zielgerichtet und Projektspezifisch kommuniziert. Aufgrund der Unternehmensgröße ist es selten bis gar nicht umsetzbar, für ein Projekt einen Ko-Berater zu rekrutieren, sofern es nicht um rechtliche bzw. steuerliche Themen geht. Kommt es zu einer kooperativen Zusammenarbeit, rechnet jeder Berater seinen Part direkt mit dem Kunden ab.

- *Wie viel Prozent von Zeit / Umsatz wird durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet / erzielt:*
 - *Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional): _____*
 - *Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere ZG ansprechen: __*
 - *Unternehmen der gleichen Branche in gleicher Region, mit anderer ZG:*

Kooperationen	Zeitanteil	Umsatzanteil
Unt. gleiche Zielgruppe	10-20%	10-20%
Unt. gleiche Branche, regional and. ZG	<5%	0%
Unt. gleiche Branche, gleiche Region, and. ZG	<5%	0%

- *In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen? (Anzahl: x/3)*
 - *Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards*

Mitgliedschaft in der GWÖ und Teilnahme am Unt.forum.
Mitgliedschaft im Verein RKW Hessen e.V.

- *Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (responsible Lobbying)*

Es wird kein aktiver responsible-Lobbying Beitrag außerhalb der o.g. Mitgliedsbeiträge geleistet

- *Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards*

Im Rahmen der erwähnten zeitlichen Budgets regelmäßig unregelmäßig in o.g. Organisationen. Z.B. werden an der IHK unentgeltliche Vorträge gehalten, um Existenzgründer und andere Unternehmen besser zu spezifischen Themen aus- / fortzubilden.

Ebenso wurde mit Berufskollegen vom RKW und dem RKW selbst gemeinsam Fortbildungsveranstaltungen zum Unternehmertum ausgeführt.

- *Wie viele Arbeitskräfte / Mitarbeiterstunden wurden an Unternehmen*
 - *anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?*
 - *der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?*

Da es sich um ein Einzelunternehmen handelt, sind keine Mitarbeiterstunden weitergegeben worden.

- *Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen*
 - *anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?*
 - *der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? (%-Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge)*

Da alle Berufskollegen und die benannten Organisationen in der Regel länger und ebenso erfolgreich am Markt agieren, sind, sofern die Aufträge aus der eigenen Beratungskompetenz zu leisten waren, keine Aufträge weitergeleitet worden.

Eine Empfehlung der Kollegen erfolgt nur, wenn eine Anfrage / ein Thema mangels zeitlicher Kapazitäten bzw. mangels Wissens oder aus persönlichen Gründen abgelehnt wird.

Es gibt zwar keine konkreten Verbände, aber eben trotzdem sehr viel gelebte Solidarität mit Unternehmen aus der gleichen Branche: u.a. durch regelmäßigen -unentgeltlichen- Austausch in Wissensfragen bzw. Umsetzungsfragen mit Berufskollegen.

- *Wie hoch beläuft sich die Summe an Finanzmittel, die an Unternehmen*
 - *anderer Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?*
 - *der gleichen Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? (Summe, %-Anteil vom Umsatz/Gewinn)*

Finanzmittel an Mitunternehmen	Anteil vom Umsatz
RKW Hessen	0,1%
GWÖ	0,1%
Promotion-Nordhessen	0,9%

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Die festgestellten Beträge und die Auswahl der Mitunternehmen ist geprüft und wird beibehalten. Die Zusammenarbeit mit dem RKW wird konsequent fortgesetzt, auch wenn viele Beratungsprojekte (v.a. für Existenzgründer) zu nicht ausreichenden Tagessätzen abgewickelt werden können / müssen. Gleiches gilt für die IHK und den Gründerplanwettbewerb promotion Nordhessen. Denn neben dem mittelbaren Marketing wird so auch ein Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung der Region geleistet.

Es werden vor allem mit Berater-Kollegen vom

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Aus meiner Sicht führt eine Ausweitung der Kooperation mit Mitunternehmen zu einer zeitlichen und monetären Verzettelung, da der organisatorische Aufwand im Arbeitsprozess deutlich erhöht ist und bzgl. der Kapazitäten nicht sinnvoll umsetzbar / leistbar ist. Außerdem besteht die Herausforderung, dass die Zielgruppe der Kunden innerhalb des Kooperations-Netzwerkes sehr different ist.

D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Kann das Unternehmen bestätigen, dass auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen komplett verzichtet wird?

Das Unternehmen bestätigt, auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten ggü. Mitunternehmen zu verzichten. Es wird ein offener und respektvoller Umgang gepflegt.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Keine Verbesserungen nötig.

D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

- *Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen?*

Der Beratungsinhalt selbst hat keine ökologischen Auswirkungen. Lediglich die Arbeitsausführung (Fahrtkosten, Papierverbrauch, Stromverbrauch, Hard-/Software, sonstiger Büro- und Betriebsbedarf) sorgt für ökologische Folgen:

Nämlich CO₂-Ausstoss, Ressourcenverbrauch und v.a. bzgl. der IT-Infrastruktur eine nicht durchgängig auf Nachhaltigkeit kontrollierbare Produkt-Produktions-Lieferkette.

Aufgrund des bewussten nachhaltigen Umgangs mit Produkten und Dienstleistungen, der auch gerne im Kontakt mit den Kunden motivierend dargestellt wird, halten sich die ökologischen Auswirkungen in Grenzen. Diese Folgen sind bisher nicht erfasst worden.

- *Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert?*

Die Maßnahmen sind vor allem ein bewusster Umgang. Also die ständige Überlegung, ob ich diese Unterlagen wirklich jetzt ausdrucken muss. Andererseits kollidiert der Qualitätsanspruch, der auch zur Nachhaltigkeit gehört, ab und an mit der ressourcenschonenden Nutzung. Dies vor allem mit dem Ziel, für andere ein gutes Vorbild sein zu können und so praktische Unterstützung zur Nachhaltigkeit leisten zu können.

- *Wie sind Konsistenz, Effizienz und Suffizienz im Geschäftsmodell verankert?*

Es sind keine schriftlichen Leitlinien dazu fixiert. Aber es wird nur das gekauft, getauscht, was wirklich nötig, oder fertig verbraucht ist. Bzgl. der Effizienz ist das Pareto-Prinzip, vor allem bei dem Textteil der Konzepterstellung bei der originären Leistungserbringung ein wichtiges Thema.

Seit der Pandemie wird bei der Leistungserbringung noch stärker darauf geachtet, dass Einsätze beim Kunden Ressourcen optimiert gestaltet werden können.

- *Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?*

Besondere Strategien gibt es nicht, außer den eigenen Willen, einen Ressourcenschonenden Umgang mit allen Produkten und Dienstleistungen zu pflegen.

- *Wie wird die maßvolle Nutzung in der Kommunikation mit Kund*innen gefördert?*

Durch regelmäßige Gespräche mit den Kund*innen

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Es wurden außer der Status Quo Erhebung keine Maßnahmen ergriffen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Die anstehende Prüfung, ob es sinnvoll ist, einen Laptop für das externe Arbeiten beim Kunden anzuschaffen, um im Gegenzug weniger Papier zu verbrauchen.

D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen gibt?

Das Unternehmen kann bestätigen, keine unverhältnismäßigen ökologischen Auswirkungen in Kauf zu nehmen, sofern es sich nicht um die IT-Infrastruktur und den PKW handelt.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Es wird angestrebt, immer mehr Kunden im Beratungsprozess für die Nachhaltigkeit zu sensibilisieren.

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

- *Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kund*innen eingeräumt und wie wird darüber kommuniziert?*

Kunden haben jederzeit ein Mitsprache- und Entscheidungsrecht. Alle Arbeitsergebnisse und -erkenntnisse werden zeitnah und offen ausgetauscht, sowie erläutert. Für mich ist die Rolle als Berater so definiert, dass ich Vorschläge, Empfehlungen und Konzepte, sowie Entscheidungsgrundlagen erarbeitet, die Kunden aber entscheiden, wie es weiter gehen soll. Die Kunden können dabei oft zwischen mehreren Optionen verschiedener Qualität auswählen. Wenn ich eine Kunden-Entscheidung für falsch halte, prüfe ich, ob es Gründe gibt, dass ich diese trotzdem mittragen kann, oder ob ich das Projekt mangels eigener Überzeugung bzgl. meiner Mitwirkung beende.

- *Werden Impulse von Kund*innen zur sozial-ökologischen Verbesserung der Produkte und Dienstleistungen aufgenommen?*

Wenn es sinnvolle und umsetzbare Vorschläge gibt, diese zu den monetären, zeitlichen und persönlichen Kapazitäten und Ansprüchen passen, wird versucht, diese in den eigenen Betrieb zu integrieren.

- *Welche Produktinformationen sind öffentlich zugänglich (Inhaltsstoffe, Wertschöpfungskette, ökologisch relevante Informationen, Preisfindung)?*

Bisher habe ich, außer ein paar Punkte zu meinen bisherigen Aktivitäten zur Nachhaltigkeit in meinem Unternehmen auf meiner Website (www.gott-wald.com; Menüpunkte „Netzwerke & Kooperationen“ und „Gemeinsam und nachhaltig engagiert“), keine weiteren Veröffentlichungen zu Details der genutzten Produkte getätigt. In meinem Kurzporträt, das jeder Kunde zur Auftragsklärung beim Erstgespräch erhält, sind analog zu den Inhalten der Homepage, Details zu meinen Qualifikationen, Kompetenzen und Referenzen dargestellt. Der Preis der Beratung wird nach dem Erstgespräch und der Klärung der Auftragsanforderung in einem Angebot schriftlich fixiert.

Es findet ein intensiverer Austausch mit den Kunden statt. Echte Produkt- / Dienstleistungsinnovationen sind dabei nicht entstanden. Lediglich die Art der Kommunikation verfeinert sich mit jedem Gespräch und unterstützt die Selbstreflexion des Beraters und damit die Qualitätssicherung.

- *Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes).*

Kein separater Ausweis von Produktinhalten.

- *Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes).*

Wie oben erläutert, kein öffentlicher Ausweis von Preisbestandteilen. Einzig der Basispreis je Stunde (€ 150,--/netto) wird auf Anfrage benannt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Die Angaben zur Nachhaltigkeit, das Engagement bei der GWÖ (mit Verlinkung) wurden zu Beginn der GWÖ-Bilanzierung auf der Website aufgenommen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Überarbeitung der spezifischen Inhalte auf der Website, wenn die GWÖ-Bilanzierung abgeschlossen ist.

D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen

*Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Produkte keine Schadstoffe enthalten, die Kund*innen und Umwelt belasten und auch keine schädlichen Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte entstehen?*

Das Unternehmen bestätigt, keine Produkte zu nutzen, die schädliche Nebenwirkungen bei zweckgemäßer Verwendung produzieren. Gleiches gilt für die erbrachte Dienstleistung.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Bisher außer die Arbeit an der GWÖ-Bilanz nichts.

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

- *Welche der neuen Grundbedürfnisse (siehe unten) erfüllen die Produkte/Dienstleistungen des Unternehmens?*

Wenn die finanzielle Existenz der Firma und damit auch das jeweilige Einkommen der Eigentümer, Geschäftsführer- und Mitarbeiter-Familien gesichert ist, werden mittelbar viele der neuen Grundbedürfnisse erfüllt.

Denn der Berater hat am eigenen Leib erfahren und auch bei Sanierungsberatungen erlebt, wie sehr existenzielle finanzielle Schwierigkeiten die Work-Life-Balance des Menschen negativ und teilweise, je nach Persönlichkeitsstruktur, sogar grundlegend beeinflussen.

- *Welche der Produkte/Dienstleistungen sind Luxusprodukte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenschädliche Produkte des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können?*

Keine - meine Leistungsangebot löst Probleme und führt zu einem messbaren Nutzen für die Kunden.

- *In welcher Form dienen unsere Produkte/Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?*

Meine Dienstleistungen tragen zu der Sicherung der beruflichen Existenz und von Arbeitsplätzen bei. Dies ist ein wichtiger Bestandteil einer positiven Work-Life-Balance. Somit wird mittelbar ein Beitrag zur Gesundheit der Kunden, deren Mitarbeiter und deren Familien erbracht. Ob die Kunden persönlich an der Zusammenarbeit mit mir wachsen, kann ich nicht beurteilen.

Ich leiste im Kleinen einen maßgeblichen Beitrag zur Gesundheit meiner Kunden. Denn nur wenn es mit den Finanzen passt, ist der Chef ein guter und hat Zeit und Geld und Kraft für Entwicklung und Innovation und kann Beiträge für das Gemeinwohl und seine Mitarbeitenden leisten. Aus der Sanierungsberatung weiß ich, was existentielle finanzielle Probleme mit Unternehmern, Menschen und Umwelt machen; das kann ich mit meiner Arbeit in weiten Teil verhindern.

- *Welche gesellschaftlichen/ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch unsere Produkte/Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert? (Orientierung an UN-Entwicklungszielen, siehe vertiefende Online-Informationen)*

Wie erwähnt wird ein Beitrag zur Arbeitsplatzsicherung geleistet. Damit wird ein Teil des Einkommens der Gemeinschaft gesichert. Durch die Unterstützung der wirtschaftlichen Solidität meiner Kunden wird für Gewinne gesorgt, die zu einem regelmäßigen Steueraufkommen führen. Das Steueraufkommen steht der Gemeinschaft, dem Gemeinwohl zur Verfügung. Außerdem sorgt mein Engagement für meine Kunden, vor allem für die Existenzgründer, für unternehmerische, zuweilen auch innovative, Entwicklungen. Damit trage ich mittelbar zur Markt- und Wettbewerbsfähigkeit meiner Kunden bei.

Diesen Einsatz erbringe ich bewusst nur im regionalen Umfeld von Kassel und Nordhessen.

Nutzenart	Anteil der Nutzenart In % des Umsatzes	Anmerkung
Neue Grundbedürfnisse	100%	Ohne finanzielle Sicherheit ist keine Erfüllung der GB möglich
Statussymbole / Luxus	0%	
Entwicklung der Menschen	50% ???	unmittelbar wird der kaufmännisch sorgfältige Umgang und mittelbar der

		nachhaltige Umgang mit den finanziellen Ressourcen unterstützt
Entwicklung der Biosphäre	0%	
Lösung sozialer und ökologischer Probleme lt. UN-Entwicklungszielen	0%	Mittelbar wird mit der Sicherung der finanziellen Existenz die Möglichkeit für das spezifische Engagement eröffnet.
DL-Nutzen (mehrfach/einfach)	100%	Finanzielle Existenzsicherung
Hemmender / Pseudo-Nutzen	0%	
Negativnutzen	0%	

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Die Auseinandersetzung mit dem Thema im Rahmen der GWÖ-Bilanz.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Nach den vielen Fragen fehlt mir ab im jetzigen Stadium ohne externe Reflexion die Vorstellungskraft für mögliche Verbesserungen in meinem Kosmos.

E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine der aufgelisteten menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen produziert oder verkauft werden?

Das Unternehmen bestätigt, keine menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen zu produzieren oder zu verkaufen.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Kein Verbesserungspotential erkennbar.

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

- *Welchen direkten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen zur Sicherung des Gemeinwesens (z. B. in Form von Ertragsteuern, lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen)? Welche direkten materiellen Unterstützungen (z.B. Förderungen, Subventionen) erhält das Unternehmen andererseits?*

Das Unternehmen erhält keine Förderungen oder Subventionen. Zum Zeitpunkt der Gründung in 7/2003 wurde der Gründungszuschuss in Anspruch genommen. Die materiellen Beiträge für das Gemeinwesen sind in der folgenden Tabelle dargestellt:

Beitrag zum Gemeinwesen	jeweils p.a.
Umsatzsteuer	€ 17.100 p.a.
Gewerbesteuern	€ 8.140
Einkommenssteuern	€ 6.000

Krankenversicherung (Axa privat)	€ 7.824
Altersvorsorge (privat)	€ 15.600

- *Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet? Worin besteht der Eigennutzen an diesen Aktivitäten?*

Für das freiwillige Engagement werden monetär zwischen € 1.600 - € 2.000 p.a. aufgewendet. Dies entspricht etwa 2,5-3,0% vom Gewinn (nach gew.St.) und vor Spenden / Förderungen.

- *Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens?*

Es gibt von an Beginn der Selbstständigkeit an, aufgrund der erzieherischen familiären Prägung (u.a. viel Vereinssport als Funktionsträger und Jugendgruppenarbeit) eine hohe eigene Motivation, freie Geldmittel oder Zeit und Engagement zur Verfügung zu stellen.

- *Wie stellt das Unternehmen sicher, dass illegitime Steuervermeidung oder Korruption und negativer Lobbyismus nicht begünstigt bzw. verhindert wird?*

Das Unternehmen arbeitet bewusst nur mit kleinen und Kleinst-KMU zusammen. Dort ist der Fokus sehr stark auf die originäre operative Leistungserbringung gerichtet. Ebenso ist es dem Berater wichtig, regional-operative Netzwerke und Verbände zu unterstützen, wo also für den praktischen Alltag etwas bewirkt wird, und keine politischen oder strategischen Vereinigungen.

Denn es ist die eigene Überzeugung, die durch einige Erfahrungen aus verschiedenen Kontakten und Medien-Publikationen gestützt wird, dass je größer die Geschäftsvolumina werden, desto mehr Berührungspunkte mit illegitimer Steuervermeidung, Korruption oder negativem Lobbyismus entstehen bzw. werden von den Protagonisten aktiv gesucht.

Dies Haltung des Einzelunternehmers wird ggü. allen Netzwerkpartnern, Mitunternehmen und Kunden kommuniziert und respektiert.

Netto-Abgaben: € 37.564 (ohne Umsatzsteuer)	<u>Netto-Abgabenquote</u> (zum Umsatz)	<u>Netto-Abgabenquote</u> (zum Gewinn vor Steuern)
Umsatz: € 90.000	41,74%	
Gewinn v.St.: € 72.000		52,17%

Der betriebliche Nutzen der freiwilligen Leistungen für das Gemeinwesen ist nicht erfasst, weil er nicht trennscharf messbar ist. Das Unternehmen lebt größtenteils vom Empfehlungsmarketing. Es wird beim Erstkontakt nicht abgefragt, wenn es Kunden nicht von selber sagen, wie der Kontakt zustande gekommen ist.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Die Datenerhebung bei der GWÖ-Bilanz und die Feststellung, dass es so, wie es ist, gut ist.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Die Prüfung, ob der betriebliche Nutzen von freiwilligen Leistungen für das Gemeinwesen messbar gestaltet werden kann.

Eine monetäre Ausweitung der vor erwähnten Spendenanteile ist nur möglich, wenn mehr Erlöse erzielt werden. Diese Mehrerlöse müssten aber überproportional sein, da zunächst die exponentiell wachsenden Einkommenssteuern zu bedienen wären.

E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es keinerlei Praktiken betreibt, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entziehen?

Das Unternehmen kann bestätigen, dass es sich nicht an Praktiken der illegitimer Steuervermeidung beteiligt.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Kein Verbesserungspotential erkennbar.

E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es selbst keine korruptionsfördernden Praktiken betreibt und dass sämtliche Lobbying-Aktivitäten offengelegt wurden?

Das Unternehmen bestätigt, dass es keine korruptionsfördernden Praktiken oder negativen Lobbyismus betreibt.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Kein Verbesserungspotential erkennbar.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

- *Welche negativen Umweltwirkungen in Bezug auf Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse?*

Bei den Arbeitsprozessen entstehen folgende direkte Umweltwirkungen:

CO₂-Emissionen, Papierverbrauch- und -müll, Heizöl- und Stromverbrauch.

- *Welche Daten zu den wesentlichen Umweltwirkungen (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?*

Bisher keine.

- *Wie werden Umweltdaten veröffentlicht?*

Es findet keine Veröffentlichung statt, weil keine Daten erfasst sind.

Folgende Umweltwirkungen sind im Detail ermittelt worden:

(Berechnungen mit CO₂-Rechner www.klimaneutral-handeln.de / www.papiernetz.de
Nachhaltigkeitsrechner / www.rechneronline.de/heizkoerper/heizoel)

Umweltwirkung	Verbrauch (Kfz, Papier direkt; Rest a.d. Büroanteil im RMH [10/125] umgerechnet)	Verbrauch je € 1.000-Umsatz (bei € 90.000 p.a. Umsatz)	Verbrauch pro Mitarbeiter (=Inhaber-Gefü.)
Ausstoß klimawirksamer Gase	Heizung mit Brennwertkessel; nur CO ₂ + Wasserdampf	???	???
Transporte	KM / CO ₂ -KG	0	0
Benzin 2019: 6.780 KM + 7l/km 2021: 1.951 KM + 6,25l/KM	122 Liter p.a. (2019 475 l.) / 124g/km WLTP = 241,9 KG CO ₂ (n. NEFZ 96g/km)	2,687 kg CO ₂	241,9 kg CO ₂
Strom 3.343 kWh x 10/125=267 kWh p.a.	Büro komplett mit Lampen 960 kWh = 385 kg CO ₂	4,278 kg CO ₂	385 kg CO ₂
Gas	keines	0	0
Heizenergie	1.700 l x 10/125 =136 l = 1.332 kWh /21°C =63,429 / °C		63,429 / °C
Heizöl	1.700 L. x10/125 = 136 L = 397kg CO ₂	4,41 kg CO ₂	397 kg CO ₂
Trink- / Regenwasser	keines	0	0
Chemikalien	keine	0	0
Papier	2.500 Blatt je 80g/m ² = 5 gr/Bl. = 12,5 kg = 11,1 kg CO ₂	0,123 gr.CO ₂	11,1 kg CO ₂
Sonst. Verbrauchsmaterial	0 kg	0	0
Kunstlicht	2.100 Lumen / 27 Watt LED; 0,027 kWh 2.200 Std. = 59,40 kWh. =23,819 kg CO ₂	0,265 kg CO ₂	23,819 kg CO ₂
Schadstoff-Emissionen	0 KG	0	0

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Die Schärfung des Bewusstseins, jeglichen Ressourcenverbrauch zu überprüfen. Spontan ist dies bei dem Büro-Wärmekonzept erfolgt (weniger heizen, wärmer anziehen, mehr lüften). Bereits vor der GWÖ-Bilanzierung wurden in der Helligkeit regulierbare Leuchtmittel installiert. Diese unterstützen zusätzlich die Gesundheit, da sie neben dem Weißlicht auch auf die Ausstrahlung von Warmlicht umstellbar sind.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Ob eine noch ressourcenschonendere Arbeitsausführung möglich ist, wird weiter überprüft.

E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es nicht gegen Umweltauflagen verstößt bzw. die Umwelt nicht unangemessen belastet?

Das Unternehmen verstößt nicht gegen Umweltauflagen.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Bisher nicht weiter ohne externen Impuls erkennbar.

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

- *Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst und in welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation, Zugänglichkeit für die Öffentlichkeit)?*

Die Unternehmensberatung fällt nicht unter kritische und unethische Branchen, wie Militär, Waffen, Erotik oder andere spezifische Berufsgruppen.

Daher gibt es keine wichtigen oder kritischen Informationen zu meinem Betrieb, die zu nötigen Berührungspunkten / -gruppen führen und mit diesen kommuniziert werden müssten.

- *Wie können Bürger*innen in Dialog treten und gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?*

Meine Kontaktdaten sind auf der Website zu finden, meine Telefonnummer steht im Telefonbuch. Da ich nicht in den Sozialen Medien aktiv bin, freue ich mich auf den Dialog. Auf diese Weise hat mich die Dt. Luftrettung ebenso gefunden, wie der Kindermalbuchverlag / Verein Christoph-7. Beide Vereine unterstütze ich monetär.

Andere Berührungsgruppen aus meiner unternehmerischen Tätigkeit und außerhalb von Kunden und den beschriebenen Netzwerk-/Finanzpartnern gibt es nicht.

- *Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?*

Eine Dokumentation zu kritischen und wichtigen Informationen zu meinem Unternehmen, die die Gesellschaft betreffen, gibt es nicht, da es keine kritischen Berührungspunkte mit der Gesellschaft gibt.

Wie vorgesehen, wird der GWÖ-Bericht auf der Homepage veröffentlicht und ist damit der Öffentlichkeit zugänglich.

- *Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen (in % der relevanten Entscheidungen, je nach Mitbestimmungsgrad)*

Es gibt keinen Anteil an Mitentscheidung durch Berührungsgruppen, da es diese nicht gibt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Die GWÖ-Bilanz.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Per dato nicht erkennbar.

E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es keine falschen Informationen über das Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene verbreitet?

Das Unternehmen bestätigt, vollständige und richtige Angaben getätigt zu haben. Es werden keine falschen Informationen über den Betrieb verbreitet.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Es ist aus eigener Sicht das Thema der Transparenz als Verbesserungspotential erkennbar, was mit der GWÖ-Bilanz in Umsetzung ist.

Ausblick

Kurzfristige Ziele

Welche kurzfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 1-2 Jahre)?

Das erste Ziel ist, eine möglichst große eigene Nachhaltigkeitskompetenz aufzubauen und die Erkenntnisse am eigenen Unternehmen, aber auch in der privaten Lebensform mit zunehmender Konsequenz zu leben. Vor allem geht es mir darum, pragmatische Lösungen und damit möglichst einfacher Wege der Umsetzung zu erlernen. Das mittelbare Bestreben ist, dieses Wissen und die Umsetzungskompetenz dann an das betriebliche und private Umfeld weiter zu tragen.

Langfristige Ziele

Welche langfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 3-5 Jahre)?

Der langfristige Fokus liegt auf einer lebenswerten, wie erlebbaren Zukunft. Persönlich geht es mir dabei um mehr Gerechtigkeit bei Verteilung der (finanziellen) Ressourcen, um die Beendigung des bedingungslosen Kapitalismus (von der sozialen Marktwirtschaft, mit der ich noch in meiner Jugend aufwuchs, ist nicht mehr viel über geblieben) und um den respektvollen friedlichen Umgang der Menschen miteinander. Meine Orientierung ist neben der familiären Erziehung aus folgendem Zitat abgeleitet: „Frag nicht, was Dein Land für Dich tut. Frage, was Du für Dein Land tun kannst!“ ...von J.F. Kennedy (amerikan. Präsident) erwachsen:

EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Eu COM 2013/207)

Im Mai 2014 stimmte der Ministerrat der EU einer Richtlinie zu, die noch in nationales Recht umzusetzen ist. Die offenzulegenden Informationen (obligatorisch ab 500 Mitarbeitenden) sind

- Beschreibung des Geschäftsmodells. Was ist der Zweck des Unternehmens, womit wird Nutzen gestiftet für Kunden, wodurch werden Gewinne erwirtschaftet.
- Welche Politiken verfolgt das Unternehmen, um die Einhaltung der gebotenen Sorgfalt in **Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelangen, zur Achtung der Menschenrechte und zur Bekämpfung von Korruption** zu gewährleisten?
- Was sind die primären Risiken der Geschäftsprozesse in diesen Bereichen?
- Was sind die primären Risiken der Geschäftsbeziehungen, Produkte und Dienstleistungen in diesen Bereichen?
- Wie werden diese Risiken gehandhabt? Mit welchen Ergebnissen?
- Offenlegung relevanter nicht-finanzieller Leistungsindikatoren

Der Gemeinwohl-Bericht kann zur nichtfinanziellen Berichterstattung gemäß EU-Richtlinie verwendet werden. Es ist Verantwortung des Unternehmens sicherzustellen, dass der Gemeinwohlbericht in der entsprechenden Tiefe und mit allen nationalen Erfordernissen der Umsetzung der Richtlinie erstellt wird.

In Österreich gilt das „Nachhaltigkeits- und Diversitätsverbesserungsgesetz (NaDiVeG)“, in Deutschland das „CSR-Richtlinien-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG)“.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Wer war bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz/ dem GWÖ-Bericht im Unternehmen involviert? Welche Stakeholder waren involviert? (Name, Position/ Verbindung zum Unternehmen)

Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

Dr. Gabriele Mönicke -Coaching-Beratung-Training hat den Bilanzierungsprozess von anfang an beratend begleitet.

Außerdem Inhaber-geschäftsführer gibt es keine weiteren Funktionsträger, die beteiligt waren. Die wesentlichen Dienstleistungs-Netzwerkpartner und Zulieferer wurden größtenteils persönlich auf ihr nachhaltiges Engagement angesprochen. Ein Dialog ist dadurch nicht entstanden; man war zwar kurz neugierig auf die GWÖ-Bilanz, aber es hat nicht unmittelbar zu aktivem Interesse geführt.

Die erste Textversion der GWÖ-Bilanz [bewusst ohne Fremd-Reflexion / persönliche Gespräche mit der Beraterin zur Erhöhung der Authentizität der Erhebung des Status Quo] hat seit dem Beginn am 01.02.22 bisher lt. Zeitnachweis 38,25 Stunden, verteilt auf 6 Wochen gedauert.

Die Überarbeitung nach einer ersten Besprechung hat weitere 11,5 Stunden gedauert. Das Schlusslektorat verbrauchte weitere 1,5 Stunden.

Die erste eigene Bewertung hat weitere 1,5 Std. insgesamt beansprucht. Die Folgebewertung nach der überarbeiteten Bilanz zog weitere 1,0 Std. nach sich.

Das Video-Audit hat 3 Stunden in Anspruch genommen. Zusätzlich wurden für die Vor- und Nachbereitung des Audits 4,75 Stunden verwendet.

Insgesamt sind also für die erste GWÖ-Kompaktbilanz 61,5 Stunden beim testierten Unternehmen angefallen.

Datum: 25. März 2022 / 30.06.2022 / 15.07.2022 / 14.10.2022

