



Gemeinwohl-Bericht

Johanna Paul, Organisationsentwicklung und Changemanagement



"Aufbruch in authentisches Wirtschaften"

Inhaltsverzeichnis:

Allgemeine Informationen zum Unternehmen	3
Kurzpräsentation des Unternehmens	3
Produkte / Dienstleistungen	
Das Unternehmen und Gemeinwohl	
Testat	
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	6
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	8
A3 Ökologische Nachhaltigkeit In der Zulieferkette	
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette1	0
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln1	1
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln1	
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung1	2
B4 Eigentum und Mitentscheidung1	3
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz1	4
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge1	
C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden1	7
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz1	
D1 Ethische Kundenbeziehung1	8
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen2	
D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkter und Dienstleistungen2	
D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz2	5
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen 2	6
E2 Beitrag zum Gemeinwesen2	7
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen2	8
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung 3	
Ausblick3	
Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz 3	

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

- Firmenname: Aufbruch in authentisches Wirtschaften
- Branche: Unternehmensberatung
- Anzahl der Mitarbeiter_innen: 1 (EPU)
- Umsatz: 11.000€ in 2018, 22.000€ in 2019, ca. 35.000 in 2020 (bis einschl. 04/2019 freiberufliche Tätigkeit nicht in Vollzeit)
- Gewinn: 4.600€ in 2018, 18.700€ in 2019, 27.400 in 2020 (bis einschl. 04/2019 freiberufliche Tätigkeit nicht in Vollzeit)
- Sitz: Martin-Opitz-Str. 18, 13357 Berlin
- Homepage: www.authentisch-wirtschaften.de

Berichtszeitraum: 2018 - 2020

Kurzpräsentation des Unternehmens

Ich habe mein Beratungsunternehmen im Sommer 2012 als freiberufliche Tätigkeit mit Schwerpunkt auf Organisationsentwicklung, Change Management und Coaching gegründet. Zielgruppe sind kleinere und mittelständische Unternehmen sowie Organisationen aus dem Non-for-Profit Bereich. Im besonderen Fokus stehen Unternehmen, die sich nachhaltig / gemeinwohlorientiert aufgestellt haben bzw. sich in diese Richtung entwickeln möchten.

Nicht erst seit Beginn der "Wirtschaft 4.0" hat agiles Management klare Vorteile gegenüber starren Organisationen. Agile, zukunftsfähige Unternehmen zeichnen sich durch Selbstorganisation, Transparenz und eine hohe Authentizität aus. Ich begleite Unternehmen, Projekte, Einrichtungen und Einzelpersonen, die sich auf den Weg zu einem authentischeren Wirtschaften und Arbeiten machen möchten.

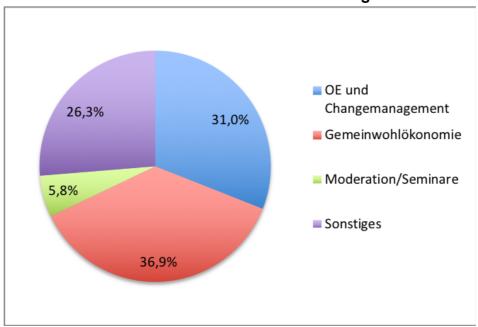
Ich bin Diplom-Psychologin und habe eine Zusatzausbildung als systemische Unternehmensberaterin sowie als Coach mit systemisch-konstruktivistischer Ausrichtung. Für meine Angebote im Bereich der GWÖ bin ich als GWÖ-Beraterin und als GWÖ-Auditorin ausgebildet. Darüber hinaus verfüge ich über eine Qualifikation als EFQM-Assesorin (ganzheitliches Qualitätsmanagementsystem).

Von Mai 2016 bis April 2019 war ich in Teilzeit auch angestellt beschäftigt. Der vorliegende Bericht betrifft jedoch ausschließlich meine freiberufliche Tätigkeit.

Produkte / Dienstleistungen

	Meine Produkte/ Dienstleistungen:	
1.	Beratungsleistungen im Bereich Change Management und	
	Organisationsentwicklung	
2.	Gemeinwohlökonomie (Bilanzerstellung und Gemeinwohl-Audits)	
3.	Seminare und Moderationen	
4.	Sonstige Leistungen	

Prozentualer Anteil der einzelnen Dienstleistungen am Umsatz 2018-2020



Bemerkung: Aufgrund meiner Festanstellung in Teilzeit waren umfangreichere Beratungsprozesse, wie sie für OE und Change notwendig sind, bis April 2019 nur begrenzt möglich.

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Auf die Gemeinwohlökonomie bin ich bereits im Jahr 2011 gestoßen: Im Rahmen von Recherchen zur Gründung meiner freiberuflichen Tätigkeit war ich auf der Suche nach Initiativen, die sich mit alternativem Wirtschaften auseinandersetzen.

Seitdem bringe ich mich aktiv bei der GWÖ ein und habe auch an der Gründung des regionalen Vereins Berlin-Brandenburg mitgewirkt.

Ich bin zertifizierte GWÖ Beraterin und GWÖ Auditorin und die GWÖ ist ein fester und wichtiger Bestandteil meines eigenen Beratungsangebotes geworden. Die erste Gemeinwohlbilanz für mein Unternehmen habe ich im Frühjahr 2013 auditieren lassen, die zweite Bilanz in 2015, die dritte in 2018. Dies ist meine vierte Gemeinwohlbilanz.

Testat





Johanna Paul,

Testat:	Externes Audit	Gemeinwohl- Bilanz	Organisation	na Paul, nsentwicklung emanagement
	M5.0 Kompaktbilanz	2018-2020	Auditor*In: Bernhard Obe	errauch
Wert Berührungsgruppe	MENSCHE NWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
A: LIEFERANT'INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulleferkette:	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulleferkette:	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette:	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette:
	20 %	10 %	20 %	20 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln:	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln:	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung:	B4 Eigentum und Mitents cheidung:
PARTNER*INNEN	40 %	30 %	10 %	100 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz:	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge:	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden:	C4 Innerbetriebliche Mitents cheidung und Trans parenz:
	40 %	70 %	70 %	100 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innen beziehungen:	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen:	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstielstungen:	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz:
	50 %	60 %	50 %	50 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstielstungen:	E2 Beltrag zum Gemeinwesen:	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen:	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung:
J 223	50 %	10 %	20 %	60 %
	-		Testat gültig bis: 31. May 2023	BILANZSUMME: 391

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. TestatlD: 50sxg

Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf www.ecogood.org

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Ich setze mich vor notwendigen Anschaffungen gezielt mit den verfügbaren Alternativen auseinander und versuche, ethisch-ökologische Anbieter zu finden. Durch mein inzwischen großes Netzwerk an Menschen, die sich ebenfalls bewusst beim Einkauf verhalten, erhalte ich sehr viele Informationen und Tipps aus eben diesem Kreis. Ich achte darauf, ob die Produkte Zertifikate haben und auch welche das sind und welche Kriterien sich dahinter verbergen. Bei kleinen lokalen Anbietern, die ich persönlich kennenlernen und befragen kann, hat dies teilweise höheres Gewicht für mich als z.B. ein Biosiegel. Ich nehme mir viel Zeit, um zu überlegen, was ich wirklich brauche und für die Recherche nach "guten" Produkten.

Die folgende Tabelle enthält die Auflistung meiner wichtigsten Beschaffungsposten. Eine prozentuale Aufschlüsselung ist hier schwierig, da bei einigen Posten die privaten und die geschäftlichen Anteile nicht zu trennen sind. Ich habe daher eine ungefähre Gewichtung dazu geschrieben.

Da viele Beschaffungen sowohl ethische als auch ökologische Kriterien erfüllen, ist eine Trennung zwischen A1 und A3 nicht sauber möglich.

Ausgabenposten +	Erläuterung und (soziale, ökologische, regionale)		
% der Ausgaben	Bewertung		
Büromaterial (gering)	Hauptsächlich Papier, Druckerpatronen, Stifte, Textmarker,		
	etc. Meine Grundausstattung habe ich bei Memo in Öko-		
	Qualität eingekauft. Seitdem benötige ich nur Kleinmengen,		
	diese Einkäufe tätige ich in "normalen" Geschäften in		
	meiner Nähe, dann jedoch in Öko-Qualität (Recycling		
	Papier, Blauer Engel, etc.). Druckerpatronen sind		
	konventionell.		
	Fachliteratur kaufe ich ausschließlich in lokalen		
	Buchhandlungen, niemals über Amazon o.ä.		
Energie/ Strom (mittel)	100% Ökostrom von Lichtblick. Lichtblick bietet		
	ausschließlich Ökostrom an und setzt sich aktiv für eine		
	Umstellung auf erneuerbare Energien in Deutschland ein.		
Computer/ Technik (mittel)	Mein Smartphone ist ein "SHIFT-Phone", das mit einem		
	möglichst hohen Anteil an fair gehandelten Ressourcen und		
	unter vergleichsweise guten Arbeitsbedingungen hergestellt		
	wird. Seit kurzem habe ich sogar das modulare und damit		
	reparierbare Modell SHIFT 5me. Infos zu sozialen und		
	ökologischen Kriterien bei SHIFT finden sich hier:		
	https://www.youtube.com/watch?v=RdbK6Hgp O8&t=73s		
	https://www.shiftphones.com/impact-2/		
	Mein Laptop ist ein Mac, also nicht ethisch produziert. Ich		
	habe ihn jedoch bei "AfB Social & Green IT" gekauft, einem		
	Inklusionsunternehmen mit Auszeichnungen als Europas		
	Sozialunternehmen 2020 und dem Deutschen		

	Nachhaltigkeitspreis 2021. https://www.afb-		
	group.de/karriere/inklusionsunternehmen/		
	Der Mac ist ein gebrauchtes, wiederaufbereitetes Gerät.		
	Mein Drucker hat den "Energy Star" für geringen		
	Energieverbrauch und den "blauen Engel". Er kann		
	außerdem beidseitig drucken, was mir wichtig war.		
Werbung (gering)	Besteht überwiegend aus meinem Webauftritt. Dieser wird		
	von manitu gehostet, die ökologisch-sozial ausgerichtet sind		
	und alle Server mit 100% Ökostrom betreiben.		
	Sehr selten Herstellung eines Flyers für gezielte Angebote.		
	Wenn diese auch als print hergestellt werden, dann achte		
	ich auf möglichst ökologische Papierqualität.		
Telefon/Internet (mittel)	Sowohl meine Internetseite als auch meine Mailadresse		
	werden von manitu gehostet, die ökologisch-sozial		
	ausgerichtet sind und alle Server mit 100% Ökostrom		
	betreiben.		
	Die Telefonanbieter für Festnetz (O2) und Smartphone		
	(Telekom) sind konventionell, mir sind hier bisher keine		
	sozial-ökologischen Alternativen bekannt		

Reisekosten werden in E3 behandelt.

Insgesamt ist mein Verbrauch an Material und an notwendigen Beschaffungen sehr gering, da meine Dienstleistungen nicht viel an Ressourcen benötigen.

A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Ich achte sehr auf soziale und ökologische Aspekte beim Einkauf. Leider gibt es einige Produkte, bei denen eine Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette nicht völlig ausgeschlossen werden kann. Dazu gehören Laptops und Smartphones. Auf beides bin ich angewiesen. Beim Smartphone konnte ich mit dem SHIFT-Phone zumindest ein Gerät erwerben, bei dem die negativen Auswirkungen so gering wie heute möglich gehalten werden. Beim Laptop versuche ich, diese so lange wie möglich zu nutzen. Das vorige Geräte hatte ich von 2007 bis 2018 (dann konnte ich keine Updates mehr draufladen und musste mich davon trennen). Mein jetziger Laptop ist gebraucht gekauft bei einem Anbieter für Social&Green IT.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Meine Möglichkeiten, mich selbst solidarisch mit meinen Zulieferern zu verhalten, bestehen zum einen in langfristigen Lieferantenbeziehungen und zum anderen in der Bereitschaft, einen fairen Preis zu bezahlen.

Ich muss durchaus auf mein Budget achten, da ich nicht so viel Umsatz mache, dass ich sorglos Anschaffungen machen könnte. Dennoch haben soziale und ökologische Kriterien für mich per se ein höheres Gewicht als der Preis. Wenn es sich in einem nachvollziehbaren Rahmen bewegt, zahle ich gern mehr für ein gutes Produkt. Ein Beispiel ist der Kauf des SHIFT 5me, als ich Ende 2020 endgültig ein neues Smartphone anschaffen musste (Software des alten war nicht mehr erneuerbar). Trotz höheren Preises im Vergleich zu konventionellen Modellen, habe ich mich für ein möglichst nachhaltiges und modulares (reparierbares) Smartphone entschieden. Da ich lange recherchiere, bis ich mich für einen Anbieter entscheide, sind diese für mich auch mit dem Ziel der Langfristigkeit verbunden. Bisher hat sich das auch immer so realisiert, ich habe noch keinen meiner Kernlieferanten wegen eines günstigeren Preises gewechselt.

In die Lieferkette hinein sind meine Einflussmöglichkeiten begrenzt. Ich kann aber bei meiner Auswahl darauf achten, soweit dies transparent ist:

Bei SHIFT-Phone werden außer ökologischen explizit auch Kriterien der Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt, auch wenn es dafür kein Label gibt.

"AfB Social & Green IT", bei denen ich meinen Laptop gekauft habe, arbeiten mit einem inklusiven und sozialunternehmerischen Geschäftsmodell.

Die Firma manitu, über die mein Webhosting und E-Mail läuft, legen nicht nur selbst Wert auf soziale Kriterien, sondern wählen auch ihre Partner_innen danach aus, dass soziale Kriterien erfüllt werden.

A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Ich habe als EPU keine Marktmacht, die ich ausnutzen könnte. Darüber hinaus liegt es auch nicht in meinem Interesse, möglichst billig einzukaufen. Bei mir stehen gute Lieferantenbeziehungen, ein faires Preis-Leistungsverhältnis, gute Qualität und Langlebigkeit der Produkte sowie soziale und ökologische Kriterien im Vordergrund.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit In der Zulieferkette

Eine saubere Trennung zwischen A1 und A3 ist für mich nicht möglich, da sich bei vielen Beschaffungen ethische und ökologischen Kriterien überschneiden. Die ökologischen Aspekte finden sich in derselben Übersicht wie in A1:

Ausgabenposten +	Erläuterung und (soziale, ökologische, regionale)		
% der Ausgaben	Bewertung		
Büromaterial (gering)	Hauptsächlich Papier, Druckerpatronen, Stifte, Textmarker,		
	etc. Meine Grundausstattung habe ich bei Memo in Öko-		
	Qualität eingekauft. Seitdem benötige ich nur Kleinmengen,		
	diese Einkäufe tätige ich in "normalen" Geschäften in		
	meiner Nähe, dann jedoch in Öko-Qualität (Recycling		
	Papier, Blauer Engel, etc.). Druckerpatronen sind		
	konventionell.		
	Fachliteratur kaufe ich ausschließlich in lokalen		
	Buchhandlungen, niemals über Amazon o.ä.		
Energie/ Strom (mittel)	100% Ökostrom von Lichtblick. Lichtblick bietet		
	ausschließlich Ökostrom an und setzt sich aktiv für eine		
	Umstellung auf erneuerbare Energien in Deutschland ein.		
Computer/ Technik (mittel)	Mein Smartphone ist ein "SHIFT-Phone", das mit einem		
	möglichst hohen Anteil an fair gehandelten Ressourcen und		
	unter vergleichsweise guten Arbeitsbedingungen hergestellt		
	wird. Seit kurzem habe ich sogar das modulare und damit		
	reparierbare Modell SHIFT 5me. Infos zu sozialen und		
	ökologischen Kriterien bei SHIFT finden sich hier:		
	https://www.youtube.com/watch?v=RdbK6Hgp_O8&t=73s		
	https://www.shiftphones.com/impact-2/		
	Mein Laptop ist ein Mac, also nicht ethisch produziert. Ich		
	habe ihn jedoch bei "AfB Social & Green IT" gekauft, einem		
	Inklusionsunternehmen mit Auszeichnungen als Europas		
	Sozialunternehmen 2020 und dem Deutschen		
	Nachhaltigkeitspreis 2021. https://www.afb-		
	group.de/karriere/inklusionsunternehmen/		
	Der Mac ist ein gebrauchtes, wiederaufbereitetes Gerät.		
	Mein Drucker hat den "Energy Star" für geringen		
	Energieverbrauch und den "blauen Engel". Er kann		
	außerdem beidseitig drucken, was mir wichtig war.		
Werbung (gering)	Besteht überwiegend aus meinem Webauftritt. Dieser wird		
	von manitu gehostet, die ökologisch-sozial ausgerichtet sind und alle Server mit 100% Ökostrom betreiben.		
	Sehr selten Herstellung eines Flyers für gezielte Angebote.		
	Wenn diese auch als print hergestellt werden, dann achte		
	ich auf möglichst ökologische Papierqualität.		

Telefon/Internet (mittel)	Sowohl meine Internetseite als auch meine Mailadresse	
	werden von manitu gehostet, die ökologisch-sozial	
	ausgerichtet sind und alle Server mit 100% Ökostrom	
	betreiben.	
	Die Telefonanbieter für Festnetz (O2) und Smartphone	
	(Telekom) sind konventionell, mir sind hier bisher keine	
	sozial-ökologischen Alternativen bekannt	

A3 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Ich achte sehr auf soziale und ökologische Aspekte beim Einkauf. Leider gibt es einige Produkte, bei denen ökologische Risiken in der Zulieferkette nicht völlig ausgeschlossen werden können. Dazu gehören Laptops und Smartphones, aufgrund der seltenen Erden die darin verbaut sind und die oft unter ökologisch bedenklichen Umständen gewonnen werden. Beim Smartphone konnte ich mit dem SHIFT-Phone zumindest ein Gerät erwerben, bei dem die negativen Auswirkungen so gering wie heute möglich gehalten werden. Beim Laptop versuche ich, diesen so lange wie möglich zu nutzen. Das vorige Geräte hatte ich von 2007 bis 2018 (dann konnte ich keine Updates mehr draufladen und musste mich davon trennen). Mein jetziger Laptop ist gebraucht gekauft bei einem Anbieter für Social&Green IT.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Mir ist bei keinem meiner Zulieferer ein Label zu Transparenz bekannt. Da ich jedoch meine Beschaffungen sorgfältig auf soziale und ökologische Kriterien prüfe, kann ich benennen, welche meiner Lieferanten sich selbst durch hohe Transparenz nach außen auszeichnen. Dazu gehören:

- SHIFT-Phone (mit veröffentlichtem Wirkungsbericht auf der Website und in Erarbeitung einer Gemeinwohlbilanz)
- AfB Social & Green IT (mit veröffentlichten CSR Kennzahlen und Transparenz in Werten und Zielen)
- Vaude (mit langjähriger Gemeinwohlzertifizierung)
- Manitu (mit transparenten Zielen und deren Erreichung zu ökologischen und sozialen Kriterien auf der Website)

Am Überprüfen bin ich gerade meinen Stromeinkauf bei Lichtblick, da dieses Unternehmen zunächst von der niederländischen Eneco und anschließend von einem Konsortium um den Mitsubishi-Konzern aufgekauft wurde.

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Die Abkehr von einer rein auf Profitmaximierung ausgerichteten Wirtschaft ist Teil meines Unternehmens-Leitbildes. Diese Orientierung mache ich auf meiner Homepage deutlich. Dazu gehört für mich auch die kritische Hinterfragung meines eigenen Wirtschaftens und meines eigenen Umganges mit Geld.

Für mich ist Geld ein wichtiges Mittel zum Zweck. Eine stabile Finanzierung benötige ich, um meinen Lebensunterhalt (auch im Alter) zu sichern, mich selbst auf die Weiterentwicklung der Inhalte fokussieren zu können und um bei Bedarf Investitionen tätigen zu können.

Dabei gehört es zu meiner Strategie, dass das Wachstum auf Langfristigkeit und Nachhaltigkeit ausgerichtet ist und nicht auf kurzfristige, schnelle Erfolge.

Da mir ethische Werte im Umgang mit Geld wichtig sind, habe ich mich auch für einen Steuerberater entschieden, der diese Werte teilt. Die A&P Steuerberatung in Potsdam ist selbst ebenfalls ein zertifiziertes Gemeinwohl-Unternehmen und gehört zu den ersten Pionieren der GWÖ in Berlin-Brandenburg.

Auflistung Eigen- und Fremdkapital-Anteil

	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·
Eigenkapital	100 %-Anteil Gesamtkapital

Ich bin vollständig aus eigenen Mitteln finanziert.

Laut "statista" - Portal haben deutsche Kleinstunternehmen mit weniger als 10 Mitarbeiter_innen eine durchschnittliche Eigenkapitalquote von 22,4% (https://de.statista.com/statistik/daten/studie/150148/umfrage/durchschnittlicheeigenkapitalquote-im-deutschen-mittelstand/) und damit weniger als ein Viertel meiner Quote.

Auflistung der Finanzdienstleister

In % vom Umsatz	Abwicklung über folgenden Finanzdienstleister
<u>100%</u>	GLS Bank

Die GLS Bank ist eine Genossenschaftsbank und vollständig ethisch-ökologisch ausgerichtet. Über die Projekte, in die die GLS investiert, herrscht 100%ige Transparenz (Veröffentlichung im quartalsweisen Bankspiegel). In 2011 wurde im Rahmen einer Mitgliederversammlung eine geringe Gewinnausschüttung eingeführt (2-4%). Da ich dies nicht wollte, habe ich meine Genossenschaftsanteile gekündigt.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Als Solo-Selbständige mit 100% Eigenfinanzierung schütte ich keine Kapitalerträge aus. Für mich ist lediglich relevant, dass aus meinen Gewinnen neben den notwendigen Lebenshaltungskosten genug Überschüsse bleiben, um folgende Bereich abzudecken:

- Altersvorsorge (siehe dazu Infos in B3)
- Berufsunfähigkeitsvorsorge (siehe dazu Infos in B3)
- Rücklagen für Erneuerungsinvestitionen (z.B. Laptop, Smartphone, Optimierung / Umzug der Website, o.ä.)
- Rücklagen für unvorhergesehene Umsatzeinbrüche (z.B. Corona-Krise)
- Steuer- und Umsatzsteuervorauszahlungen / Erhöhung von Krankenkassenbeiträgen

Um einen finanziellen Puffer für derlei Ausgaben zu haben, lege ich von allen Einnahmen 10% auf ein Sparbuch zurück (bei der GLS-Bank, ohne Zinsen). In Zeiten mit wenigen Aufträgen geht das nicht, dann muss ich eher etwas davon nehmen. Die Rücklagen auf diesem Sparbuch haben in den letzten Jahren zwischen 2.000 und 6.000 Euro gelegen.

B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln

Es werden keine Renditen ausgeschüttet, da ich vollständig eigenfinanziert bin. Standortverlagerungen und Abbau von Arbeitsplätzen sind als EPU ebenfalls nicht relevant.

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Für notwendige Investitionen – wie z.B. die Anschaffung eines Laptops oder die Erneuerung meiner Website habe ich ein Sparbuch bei der GLS-Bank ohne Verzinsung (siehe B2). Neuanschaffungen werden immer in Hinblick auf ökologische und soziale Kriterien getätigt (siehe hierzu Informationen in A1 und A3).

Zur privaten Altersvorsorge habe ich zwei Versicherungen abgeschlossen. Diese beinhalten jeweils auch eine anteilige Berufsunfähigkeitsabsicherung.

Auflistung der Kapitalanlagen

In % der Veranlagung	Abwicklung über folgenden Finanzdienstleister	
60%	Fondsgebundene Rentenversicherung ("Sarasin Oekosar	
	Portfolio" der Swiss Life) inkl. Berufsunfähigkeitsversicherung	
40%	Lebensversicherung inkl. Berufsunfähigkeitsversicherung bei	
	Alte Leipziger Leben	

Der Sarasin Oekosar Fonds der Swiss Life ist ein 100% an ethischen Kriterien ausgerichteter Fonds. Diesen Fonds habe ich mit einem unabhängigen ethisch-ökologischen Finanzberater selbst ausgewählt. Die Swiss Life ist jedoch insgesamt ein konventionelles Unternehmen. Die Alte Leipziger ist ein Unternehmen, das nicht explizit ethisch ausgerichtet ist, jedoch auf langfristige Stabilität anstelle hoher Risiken setzt. Ich habe die Versicherung bei einem meiner ersten Arbeitgeber im Rahmen der "vermögenswirksamen Leistungen" erhalten und sie nach Beendigung des Arbeitsverhältnisses selbst weitergeführt.

B3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Es gibt keine Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen. In geringem Umfang könnte das auf seltene Erden zutreffen, die bei der Herstellung von elektronischen Geräten benötigt werden und insofern in meinem Laptop und Smartphone verbaut sind. Hierzu habe ich mich A3 detailliert geäußert.

B4 Eigentum und Mitentscheidung

Als freiberufliche Solo-Selbständige besteht mein "Unternehmen" nur aus mir selbst, insofern ist eine Miteigentümerschaft faktisch nicht möglich. Entscheidungen treffe ich dennoch gerne nach Austausch mit anderen. Besonders gern greife ich dabei auf Mitunternehmer_innen zurück, die oft auch Kooperationspartner_innen sind. Das betrifft meistens Bereiche wie die Entwicklung neuer Geschäftsfelder, die strategische Ausrichtung meiner Selbständigkeit oder Überlegungen zu neuen Kooperationsformen. Aber auch Familie und Freunde sind häufig Ratgeber_innen vor wichtigen unternehmerischen Entscheidungen.

B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme

Es sind nie irgendwelche Übernahmen erfolgt und auch keine geplant.

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Als ich mich selbständig gemacht habe, sind vor allem zwei Aspekte für mich von besonderer Relevanz gewesen:

Erstens meine Dienstleistungen so zu gestalten, dass sie meinen Fähigkeiten und Kenntnissen ebenso entsprechen wie meinen Werten und inneren Haltungen. Also eine Arbeit zu haben, die mich inhaltlich erfüllt und für mich sinnstiftend ist.

Zweitens die Rahmenbedingungen meiner Arbeit so zu gestalten, dass ich Freude am Arbeiten habe und mich nicht wie im "Hamsterrad" fühle.

Bereichert wird die Kultur meines Arbeitsplatzes durch vielfältigen Austausch und gemeinsame Produkte mit diversen Kooperationspartner_innen (Initiative für Selbstorganisation, nw-consulting, bewussterwandel.de, Synicial GmbH, etc.). Diese Kombination aus Autonomie und Teamarbeit kommt meinen persönlichen Bedürfnissen sehr gut entgegen und führt dazu, dass mir meine Arbeit größtenteils viel Freude macht.

Für den Bereich Gesundheitsschutz ist für mich vor allem der Büroarbeitsplatz relevant. Außerdem das Thema Sport und Bewegung sowie eine gesunde Work-Life-Balance.

Mein Arbeitsplatz ist in meiner Wohnung und von mir selbst gestaltet. Er ist teilweise ergonomisch (ergonomischer Bürostuhl, gute Höhe des Bildschirms, kein Flimmern, Platzierung seitlich vom Fenster, so dass Licht optimal einfällt). Zum Entspannen zwischendurch habe ich ein gemütliches Sofa. Im Sommer kann ich mich auch auf meinen Sonnen-Balkon setzen.

Ich mache mindestens regelmäßig Sport und versuche, ausreichend Bewegung neben dem vielen Sitzen zu bekommen. Dazu gehört eine ausgedehnte Mittagspause in Kombination mit Spaziergang oder Einkaufstour auf dem Markt. Meine Fahrten zu Terminen innerhalb Berlins erledige ich überwiegend mit dem Fahrrad, so dass ich auch durch meine täglichen Wege viel Bewegung habe. Meine Arbeitszeiten kann ich mir flexibel einteilen und nutze diese Freiheitsgrade auch gerne. Arbeiten am Abend und Arbeiten am Wochenende gehören zur klaren Ausnahme (z.B. wenn ich am Wochenende mal ein Seminar gebe oder wenn ich abends mal auf eine Netzwerkveranstaltung gehe). Das bedeutet, dass ich abends und am Wochenende auch meinen Mailaccount nicht offen habe, so dass ich wirklich abschalten kann. Dies ist Teil meines Konzeptes zur Vermeidung von Selbstausbeutung und ich fahre damit bisher sehr gut.

Kennzahlen zu Gesundheit

Fehlzeiten (Krankheit): in 2018 - 2020 ca. 1 Woche pro Jahr Physiotherapiesitzungen in 2018 und 2019 zum Abbau von Verspannungen

Kennzahlen zu fachlicher und persönlicher Weiterentwicklung

Fort- und Weiterbildung ist mir sehr wichtig. In den Jahren 2018 bis 2020 habe ich folgende Angebote in Anspruch genommen (in 2020 waren aufgrund von Corona die Möglichkeiten sehr beschränkt):

- Weiterbildung zur TourCert Beraterin bei TourCert (2 Tage)
- Weiterbildung zu Design Thinking bei "die Wirtschaftspsychologen" (2 Tage)
- Schulung zur neuen Datenschutzgrundverordnung (0,5 Tage)
- Mehrmals im Jahr (4-6x) Intervision mit freiberuflichen Kolleg_innen (fachlicher Austausch und Weiterentwicklung der Angebote), in 2020 online
- 2 Tage GWÖ Auditorentreffen in 2018 (seit 2019 bin ich aus dem Auditorenkreis ausgestiegen)
- 2 Tage GWÖ Beratertreffen in 2018, 2 Tage in 2020 (online)

Das Thema Diversität ist betriebsintern nicht relevant, da ich ja nur eine einzelne Person bin. Es beschäftigt mich jedoch regelmäßig im Kontakt mit meinen Kund_innen, entweder inhaltlich im Beratungsprozess oder weil Kund_innen sich selbst intensiv damit auseinandersetzen (z.B. Deutsche Aidshilfe).

C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Zu menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen kann es bei freiberuflich arbeitenden Menschen am ehesten durch Selbstausbeutung kommen. Hierzu trägt oft ein veraltetes Verständnis der Selbständigkeit als "selbst und ständig" bei. Ich habe mich in Angrenzung hiervon von Beginn an als "frei und beruflich" bezeichnet. Abends und am Wochenende arbeite ich nur in Ausnahmefällen und nehme mir dafür Freizeitausgleich. Meine Mails werden abends, am Wochenende oder im Urlaub nicht gelesen. Ich achte sehr darauf, dass es mir mit meiner Arbeit gut geht.

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Meine Leitlinie für die Beschäftigungs- und Entgeltpolitik in meinen Unternehmen besteht aus folgenden Kernelementen:

- 1. Ich möchte von meiner Arbeit ein gutes Leben führen können (ohne Luxus aber auch ohne größere Sorgen)
- 2. Ich möchte bei meiner Arbeit persönliche Entwicklungsmöglichkeiten haben und es mir erlauben, mich immer mal wieder "neu zu erfinden"
- 3. Ich möchte mich freihalten von allen Formen der Selbstausbeutung und prekären Beschäftigung, die leider im freiberuflichen Feld und unter ethischen Firmen häufig ein ungewollter Nebeneffekt sind

Punkt 1 ist der schwierigste für mich, da die Existenzsicherung für Solo-Selbständige nicht immer einfach ist. Bisher habe ich jedoch immer Wege gefunden, ohne Punkt 2 oder 3 dafür aufgeben zu müssen.

Um mich vor "Selbstausbeutung" zu schützen, habe ich mir klare Regeln für meine Arbeitszeiten geschaffen (siehe auch C1). Außerdem habe ich meine ehrenamtlichen Tätigkeiten bei der GWÖ nach den ersten Aufbaujahren deutlich reduziert.

Als betriebliche Sozialleistungen leiste ihr mir zusätzliche private Altersvorsorge sowie eine Berufsunfähigkeitsversicherung.

Ich habe für mich selbst festgelegt, dass Vollzeit einer Arbeitszeit von nicht mehr als 35 Stunden pro Woche entspricht.

Ich profitiere sehr davon, viele Jahre in großen Konzernen auf tariflicher Ebene gearbeitet zu haben, wo das "Abbummeln" von Überstunden ebenso normal war, wie das freie Wochenende und der regelmäßige Anspruch auf Urlaub. Diese Kultur habe ich mir bewusst in meine freiberufliche Tätigkeit mit rüber genommen.

Die im Vergleich zum Üblichen niedrige Gesamtarbeitszeit kommt dagegen aus meinem eigenen Bedürfnis. Ich fühle mich am Wohlsten und bin am Produktivsten, wenn ich in eher kleineren Arbeitseinheiten und dafür hochkonzentriert arbeite.

Mein Verdienst entspricht der Höhe meines Gewinnes und unterliegt damit sehr starken Schwankungen. Gleichzeitig sind die Fixkosten hoch, vor allem durch die Sozialversicherungsbeiträge und die Altersvorsorge. Von Mai 2016 bis April 2019 war ich in Teilzeit angestellt, so dass ein Grundgehalt und die Sozialversicherung abgedeckt waren. Seit Mai 2019 lebe ich wieder voll von der Freiberuflichkeit.

Kennzahlen

- Durchschnittliche Arbeitszeit: ca. 35 Std. pro Woche (zwischen Mai 2016 und April 2019: ca. 15 Std. pro Woche, da 19,25 Std. angestellt)
- > Geleistete Überstunden: keine (im Jahresschnitt)
- ➤ Urlaub: 6 Wochen pro Jahr (3-4 x für 1-2 Wochen plus mehrere verlängerte Wochenenden und Einzeltage)
- ➤ Gewinn (Verdienst) 2018: 4.500€ (nur der freiberufliche Verdienst, zusätzlich dazu Teilzeitstelle)
- ➤ Gewinn (Verdienst) 2019: 18.000€ (nur der freiberufliche Verdienst, bis 04/2019 zusätzlich dazu Teilzeitstelle)
- ➤ Gewinn (Verdienst) 2020: 27.400€

C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Als Soloselbständige gibt es keine Arbeitsverträge. Ich achte sehr darauf, keine selbstausbeuterische Richtung einzuschlagen. Als es Anfang 2016 mit der Auftragslage sehr eng wurde, habe ich mir eine Teilzeitstelle gesucht anstelle in prekäre Arbeitsbedingungen abzurutschen.

C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

Ich setze mich schon fast mein ganzes Leben mit ökologischen und sozialen Fragen auseinander. Die Beschäftigung mit der GWÖ hat für viele Aspekte mein Bewusstsein noch mal erweitert und ich lerne ständig Neues dazu. Früher habe ich beispielsweise mit Begeisterung in den ersten großen Bio-Supermärkten eingekauft. Inzwischen bevorzuge ich Märkte, die frische Ware direkt aus der Region anbieten. Der Verzicht auf ein eigenes Auto war eine bewusste Entscheidung, als ich nach Berlin umgezogen bin (vor etwa 15 Jahren). Eine Bahncard 50 besitze ich seit etwa 18 Jahren und habe mir damit die Freiheitsgrade geschaffen, mich jederzeit flexibel und zu einem guten Preis durch die ganze Republik bewegen zu können.

Da ich mein Büro zu Hause habe, muss ich normalerweise gar keinen Weg zum Arbeitsplatz zurücklegen.

Wenn ich Arbeitstreffen mit Kooperationspartner_innen habe, so lege ich die Wege dorthin meistens mit dem Fahrrad und sonst mit dem öffentlichen Nahverkehr zurück. Vor allem über die Wintermonate habe ich immer eine Monatskarte der BVG, den Rest des Jahres erledige ich das meiste mit dem Rad.

Anreisen zu Kund_innen und zu Veranstaltungen werden als Dienstreisen in Kapitel E3 behandelt.

Meine Ernährung ist überwiegend, jedoch nicht vollständig vegetarisch und zu großen Teilen in bio-Qualität:

Wenn ich zu Hause esse, so sind die Lebensmittel zu 90% bio und so viel wie möglich auch lokal und saisonal vom Markt gekauft.

Da ich jedoch zu Hause arbeite, habe ich mittags das Bedürfnis, mal raus und unter Leute zu kommen und gehe daher gern in eine der kleinen Kantinen, die es bei mir im Kiez gibt. Dort wird das Essen frisch zubereitet und es gibt eine gute Auswahl an vegetarischen Gerichten. Allerdings ist hier nicht alles bio eingekauft, so dass der Gesamtanteil bio bei der Ernährung während der Arbeitszeit eher auf 50% zu schätzen ist. In 2020 eher 90%, da die Kantine fast durchgehend geschlossen war.

Es ist nicht mein Ziel mich ausschließlich vegetarisch oder gar vegan zu ernähren. Mir ist jedoch bewusst, dass artgerechte Tierhaltung und klimaschonende Herstellung von Lebensmitteln nicht mit Massentierhaltung überein geht. Und das erfordert eine massive Reduktion des Konsums von Fleisch und anderen tierischen Produkten.

Ich esse daher wenig Fleisch und Fisch (ein- bis zweimal pro Woche), dann aber möglichst aus artgerechter Tierhaltung und bio. Das heißt: beim eigenen Einkauf immer, beim externen Essen so viel wie möglich.

C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens

Ich achte sehr bewusst darauf, jede Form von Verschwendung zu vermeiden und mich insgesamt möglichst nachhaltig auszurichten.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Als Einzelpersonenunternehmen ist dieser Aspekt nicht zutreffend. Mir liegen alle Informationen zu meinem Unternehmen vor und ich kann alle Entscheidungen mitbestimmen.

C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Die Verhinderung eines Betriebsrates ist als Soloselbständige nicht möglich.

D1 Ethische Kundenbeziehung

Ich habe mich selbständig gemacht, um mit meiner Beratungstätigkeit einen aktiven Beitrag zur Erhöhung von Sinnstiftung und ethischem Wirtschaften zu leisten. Ich habe dafür den Begriff "authentisches Wirtschaften" geprägt, unter dem auch meine Homepage und mein Claim laufen. Der Begriff der Authentizität steht für mich auch als Symbol, wie ich meine Kundenbeziehungen gestalten möchte.

Marketing und Verkaufsmaßnahmen laufen daher bei mir überwiegend über den persönlichen Kontakt. Dazu gehören in erster Linie Netzwerken, der Besuch von Veranstaltungen, das Halten von Vorträgen und Angebote von Infoveranstaltungen. In Einzelfällen habe ich auch schon Fachbeiträge und Interviews in Print- und Onlinemedien verfasst und veröffentlicht.

Inzwischen läuft die Neukundengewinnung überwiegend über persönliche Weiterempfehlung von bestehenden Kund_innen. Auch gibt es immer wieder Folgeaufträge von bestehenden Kund_innen.

Ein gesondertes Marketingbudget habe ich nicht. Ausgaben für Marketing habe ich für meine Homepage (Hosting, Pflege, etc.) sowie vor allem in den ersten Jahren für den einen oder andere Flyer (elektronisch oder print), wenn es um Informationen zu speziellen Produkten geht.

In 2018 bis 2020 hatte ich folgende Ausgaben für Marketingmaßnahmen:

Marketing/ Verkaufsmaßnahme	2018	2019	2020
Homepage Umzug	100,-		
Homepage Hosting	30,-	30,-	30,-

Mein Servicemanagement ergibt sich durch meinen direkten und unmittelbaren Kontakt mit allen meinen Kund_innen:

Da ich meine Dienstleistungen gemeinsam mit den jeweiligen Kund_innen entwickle und ausarbeite, kommen eventuelle Differenzen meist schon während dieses Prozesses zu Tage und können so besprochen werden, bevor es zu Unzufriedenheiten kommen kann.

Abgesehen hiervon können Beschwerden jederzeit direkt an mich gerichtet werden, per Telefon, Mail oder persönlich.

Ich lege großen Wert darauf, mir nach Veranstaltungen, Workshops, Seminaren oder Beratungsprozessen immer eine Rückmeldung von Teilnehmer_innen bzw. Auftraggeber_innen geben zu lassen. Dies erfolgt mündlich in einem Gespräch oder in einer Feedbackrunde.

Auch ein Auditprozess endet standardmäßig mit dem Angebot eines abschließenden Gespräches, bei dem offene Fragen, Unstimmigkeiten in der Bewertung oder Feedbacks zum Prozess besprochen werden können.

Mein Unternehmen ist im Bereich B2B tätig, das heißt, meine Kund_innen sind ebenfalls Unternehmen / Organisationen.

Insofern wären "benachteiligte Kund_innengruppen" bei mir kleine oder gemeinnützige Unternehmen, StartUps oder zivilgesellschaftliche Projekte. Der Informationszugang erfolgt in erster Linie über meine Homepage, Flyer und persönlichen Kontakt und ist daher für kleine Kund innen genauso gut zugänglich

wie für größere. Über eine Vorlese-Funktion für Blinde verfügt meine Homepage bisher nicht und sie ist auch nur auf deutsch verfügbar.

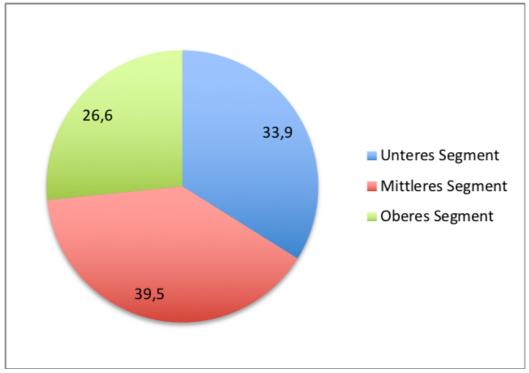
Meine Preise sind gestaffelt, je nach Größe und Finanzkraft des Unternehmens. Sie liegen zwischen 800€ und 1.200€ Tagessatz. In einigen Fällen arbeite ich auch für geringere Preise, dabei handelt es sich dann um besondere sozial orientierte Projekte, wie z.B. die Berufsorientierungstage (BOB), die ich mit der Synicial GmbH an Schulen durchführe.

Audits ebenfalls in den Bereich der geringer bezahlten Tätigkeiten, unabhängig von der Größe des auditierten Unternehmens. Die Unternehmen zahlen jedoch durchaus gestaffelte Preise, die Differenz geht zum Teil in einen "Sozialtopf" des Auditor_innenkreises, mit dem Preisnachlässe für finanziell schwächere Unternehmen ausgeglichen werden. Zum anderen Teil dient die Differenz der Abdeckung wenigstens einiger Grundkosten an Organisationsaufwand und Weiterbildung innerhalb des Auditor_innenteams. Und natürlich wird ein fester Anteil (10%) an die GWÖ - Bewegung abgegeben.

Kostenanpassungen sind außer über die Staffelung und individuelle Verhandlungen immer auch über die Ausgestaltung der Beratungsleistungen möglich. Gerade kleine Unternehmen können oft schon viel mit einem überschaubaren Prozess an Beratung erreichen, so dass dann auch weniger Beratertage abgerechnet werden. Ich schaue mit jedem Unternehmen den individuellen Bedarf und die finanziellen Möglichkeiten an und versuche, ein passendes und wertschöpfendes Angebot zu erarbeiten.

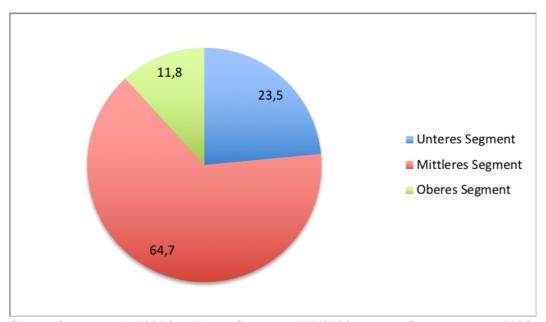
Seit 2018 bin ich auch für die Förderung nach *unternehmenswert:Mensch* und *unternehmensWert:Mensch plus* akkreditiert und kann kleinen und mittelständischen Unternehmen eine Förderung der Beratungsleistungen bis zu 80% anbieten. Die Förderung von *unternehmenswert:Mensch* erstreckt sich auf die Handlungsfelder: Personalführung, Chancengleichheit & Diversity, Gesundheit sowie Wissen & Kompetenz. Mit *unternehmensWert:Mensch plus* werden betriebliche Lern- und Experimentierräume eröffnet, damit KMU den Herausforderungen durch die Digitalisierung besser begegnen können.

Anteil der Preissegmente in 2018 -2020 am Gesamtumsatz (in Prozent):



Oberes Segment: ab 1000€, mittleres Segment: 800/900€, unteres Segment: unter 800€

Anteil der Kund_innen in 2018 - 2020 im jeweiligen Preissegment:



Oberes Segment: ab 1000€, mittleres Segment: 800/900€, unteres Segment: unter 800€

Daraus ist ersichtlich, dass die Kund_innengruppen aus dem unteren Preissegment zwar zahlenmäßig nur ein knappes Viertel meiner Kunden ausmachen, dennoch für etwa ein Drittel meines Umsatzes sorgen. Das mittlere Preissegment bringt etwa

40% Umsatz und fast zwei Drittel meiner Kund_innen fallen in diese Kategorie. Kund_innen im oberen Segment machen nur gut 11% aus, bringen jedoch mehr als ein Viertel vom Umsatz.

Der recht hohe Anteil im unteren Preissegment lässt sich am ehesten dadurch erklären, dass ich im ganzen Jahr 2018 und noch bis April 2019 eine Teilzeitstelle hatte und dadurch größere und umfassendere Beratungsaufträge (die eher im mittleren und oberen Preissegment liegen) eher schwierig umzusetzen war. Seit Mitte 2019 nimmt der Anteil am mittleren und oberen Preissegment zu.

Was den Service anbetrifft, sind kleinere und mittlere Unternehmen mindestens gleichgestellt mit größeren Unternehmen. Da KMU meine Kernzielgruppe sind, schneide ich meine Angebote auf sie zu und spreche sie in meiner Kommunikation besonders an.

D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen

Es findet keine massenmediale oder sonstige unethische Werbung statt. Werbung läuft ausschließlich über Weiterempfehlung, Homepage und persönliches Netzwerken.

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

Ich arbeite mit einer ganzen Reihe von anderen Berater_innen und Organisationen zusammen (Initiative für Selbstorganisation, nw-consulting, Markus Donat Personalberatung, Synicial GmbH, bewussterwandel.de, GWÖ, etc.). Die Zusammenarbeit zielt in erster Linie auf gemeinsame Entwicklung von Konzepten und Ideen, gemeinsame "Vermarktung" von Ideen, fachlicher und persönlicher Austausch, Weitergabe von Informationen und Material.

Die wichtigsten Informationen für meine Dienstleistungen sind das "geistige Eigentum", das ich als Beraterin mit und für meine Kund_innen entwickle. Dazu gehören meine Konzepte, Methodenkenntnisse und Erfahrungswerte genauso wie Präsentationen und Workshop-Materialien, die ich verwende. Ich bin grundsätzlich bereit, fast alles mit Kolleg_innen und Mitbewerber_innen zu teilen, es darf jedoch nicht den Datenschutz der Kund_innen verletzen. Im Zweifelsfall hole ich erst eine Freigabe durch die Kund_innen ein, bevor ich Informationen weitergebe.

Beispiele für das Teilen und die Weitergabe von Wissen und Informationen, wie ich sie praktiziere sind:

- Weitergabe von Präsentationen zu verschiedenen Themen
- Weitergabe von Konzepten und Ablaufplänen für thematische Workshops
- Weitergabe von Kontaktempfehlungen
- Regelmäßiger Austausch von Erfahrungen und Ideen

Ich lege Mitbewerber_innen gegenüber auch meine Preise offen und tausche mich mit ihnen zu meinen Erfahrungen bezüglich der Preise und Angebote aus.

In meinem Netzwerk kennen wir unsere Stärken und Kompetenzen und können daher auch Kolleg_innen weiterempfehlen oder mit ins Boot holen. Anfragen gebe ich vor allem dann an Kolleg_innen weiter, wenn diese inhaltlich besser geeignet sind, zeitlich gerade besser verfügbar oder manchmal auch räumlich näher dran. In den Jahren 2018 bis 2020 habe ich mindestens 2 Anfragen an Kolleg_innen aus diesen Gründen weitergeleitet.

Für mein internes Qualitätsmanagement nutze ich einerseits die Feedbacks, die ich von meinen Kund_innen und Kooperationspartner_innen erhalte und andererseits den regelmäßigen Gemeinwohlbericht. Dieser bietet die Gelegenheit, alle 2 Jahre die eigene Entwicklung systematisch zu analysieren, anhand von Kennzahlen zu prüfen und sich neue Ziele zu setzen.

Da die Gemeinwohlbilanz von vielen Berater_innen angewendet wird, ist sie ebenfalls eine gute Möglichkeit, sich zu den eigenen und den Branchenstandards auszutauschen und an einer Erhöhung der Standards mitzuwirken.

D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Als Einzelpersonenunternehmen verfüge ich über keine Marktmacht. Abgesehen davon habe ich die Erfahrung gemacht, dass es wesentlich zielführender auch für mich selbst ist, wenn ich mit Mitbewerber_innen konstruktiv und produktiv kooperiere.

D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Meine Dienstleistungen benötigen insgesamt wenig Energie und kaum Material. Die größte Umweltbelastung entsteht durch die Nutzung von Computer, Drucker und Telefon und durch die Dienstreisen zu Kund_innen (letzteres wird in E3 behandelt). Mein Computer ist nur eingeschaltet, wenn ich ihn auch benutze, selbiges gilt für den Drucker. Ich drucke möglichst wenig aus und dann fast immer schwarz-weiß und beidseitig. In den wenigen Fällen, wo ich mal größere Mengen ausdrucken muss (z.B. Unterlagen für einen Workshop), gehe ich in einen Copyshop, die haben effizientere Drucker. Der Verbrauch an Druckerpatronen und Papier ist in E3 aufgeführt.

Ich habe keinen Benchmarkwert (z.B. durchschnittlicher ökologischer Fußabdruck) spezifisch für die Beratungsbranche gefunden.

Durch die Corona-Verordnungen habe ich viele Angebote in 2020 nicht in Präsenz sondern digital durchgeführt. Dies hat zu Materialeinsparungen sowohl bei mir als auch bei meinen Kund_innen geführt (weniger Ausdrucke, weniger Verbrauch von Flipchart-Papier, Moderationskarten, etc.) und außerdem die Anzahl der Anfahrten zu Kund_innen deutlich gesenkt. Andererseits hat dies zu einer deutlichen Erhöhung meines Stromverbrauchs in 2020 beigetragen (siehe E3).

Ich fördere suffizientes Kund_innenverhalten, da mein Dienstleistungsportfolio insgesamt die Ausrichtung auf nachhaltiges Wirtschaften zum Schwerpunkt hat. Obwohl ich wenig klassische Nachhaltigkeitsberatung mache, ist die Auseinandersetzung mit alternativen und nachhaltigeren Varianten wirtschaftlichen Handelns essentieller Bestandteil meiner Dienstleistungen. Die Beratungen selbst sind darauf ausgerichtet, dass die Kund_innen selbst befähigt werden und Neues zukünftig eigenständig anwenden können.

In der Kund_innen-Kommunikation sind ökologische und ethische Aspekte immer wieder Bestandteil. Einerseits über meine Website, auf der ich mich klar positioniere und auf der auch mein Gemeinwohlbericht veröffentlicht ist. Andererseits durch die Ausgestaltung der Dienstleistungen selbst. Ich bringe schwarz-weiß und doppelseitig ausgedrucktes Material mit, ökologische Flipchart-Marker, nutze wenig Material und ich reise grundsätzlich mit der Bahn, dem ÖPNV oder dem Fahrrad an.

D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

Da ich meine Dienstleistungen versuche, so nachhaltig wie möglich zu gestalten, trifft dieses Kriterium nicht zu.

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

Bei meiner Art der Dienstleistung liegt es in der Natur der Dinge, dass jede Dienstleistung gemeinsam mit den Kund_innen entwickelt wird. Selbst bei "Standardprodukten" wie dem Erstellen einer GWÖ-Bilanz gibt es eine Varianz an Möglichkeiten, diese umzusetzen und es wird mit den Kund_innen geschaut, welche Vorgehensweise jeweils am besten geeignet ist.

In der Change Beratung und Organisationsentwicklung gibt es eigentlich überhaupt keine Standardprodukte und so wird jedes einzelne Projekt ganz individuell mit den Kund innen ausgearbeitet.

Feedback zu meinen Dienstleistungen hole ich mir immer ein und lasse dieses in die Ausgestaltung künftiger Aufträge einfließen.

Eine ökologische Weiterentwicklung einer Dienstleistung gemeinsam mit dem Kunden war zum Beispiel die Neufassung der Konzeptaufgabe im Rahmen der Berufsorientierungstage an Schulen (BOB) mit der Synicial GmbH. Hier wurde in Kooperation mit der Synicial GmbH und den beteiligten Selbständigen ein neues Konzept mit sozial-ökologischen Inhalten entwickelt (Klimaneutraler Imbiss für einen Empfang). Hier findet eine aktive Auseinandersetzung der Schüler_innen mit Ökologie und Nachhaltigkeit bei Lebensmitteln statt.

Durch Corona habe ich ebenfalls die Entwicklung von digitalen Dienstleistungen begonnen, teilweise alleine, teilweise zusammen mit Partner_innen. Da diese weniger Material und keine Anfahrten benötigen, stellen sie zumindest teilweise auch ökologische Weiterentwicklungen dar.

Meine angebotenen Dienstleistungen sind auf meiner Homepage dargestellt inklusive der dahinter liegenden Werte und Haltungen.

Auch die Kalkulation der Preise erfolgt transparent. Ich erstelle ein Angebot, das den Tagessatz, den geschätzten Aufwand pro Teilschritt, eventuelle Zusatzkosten wie z.B. Anfahrt oder Übernachtung sowie die daraus resultierende Gesamtsumme ergibt.

D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Da ich nicht mit Gefahrenstoffen arbeite, trifft dieser Aspekt nicht zu. Auch meine Kund innen sind nicht im Bereich von Gefahrenstoffen tätig.

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Meine angebotenen Dienstleistungen sind im Bereich der Unternehmensberatung mit den Schwerpunktfeldern Organisationsentwicklung & Changemanagement angesiedelt. Die Besonderheit liegt in der Ausrichtung auf authentisches Wirtschaften und auf einen Paradigmenwechsel in der Wirtschaft.

In der Beratung von Einzelpersonen (Fach- und Führungskräfte) unterstütze ich diese, sich persönlich weiterzuentwickeln, ihre Potentiale voll zu entfalten und die Selbstwirksamkeit zu erhöhen. In der Unternehmensberatung entstehen positive Wirkungen dadurch, dass Unternehmen wertschätzender mit ihren Mitarbeiter_innen umgehen, die Interessen von Berührungsgruppen in ihre Prozesse und Produkte mit einbeziehen und insgesamt nachhaltiger wirtschaften.

Indirekt fördern meine Dienstleistungen daher die Sicherung der Lebensgrundlage, die Kommunikationskultur, die Möglichkeiten der Mitwirkung sowie Wissen und Bildung.

Mögliche negative Folgewirkungen sehe ich potentiell in einem "abhängig machen" der Kund_innen von der eigenen Beratungsleistung.

Bei meiner Zielgruppe der KMU ist diese Gefahr nicht sehr groß, da die meisten meiner Kund_innen sich nur sehr zielgerichtet Beratung an Bord holen können und wollen und eine "Dauerberatung" im Mittelstand weder gewünscht ist noch finanziell machbar. Dennoch versuche ich, dem Risiko auch aktiv entgegen zu wirken. Besonders durch meine Haltung, Mitarbeiter_innen in die laufenden Prozesse aktiv mit einzubinden, versuche ich sicher zu stellen, dass von Anfang an auch ein Transfer von Know-How in das Unternehmen hinein stattfindet.

E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Keine meiner Dienstleistungen ist menschenunwürdig oder schädlich für Leben, Gesundheit, Freiheit oder Natur.

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

Als Freiberuflerin zahle ich Einkommenssteuer und Sozialversicherungsbeiträge (Krankenversicherung, Pflegeversicherung und freiwillige Rentenversicherung). Förderungen oder Subventionen erhalte ich keine. Die Nettoabgabenquote für 2020 betrug ca. 32%.

Mitgliedsbeiträge / Spenden für gemeinnützige Organisationen

	2018 / 2019	seit 2020
GWÖ:	100,- (pro Jahr)	100,- (pro Jahr)
Verkehrsclub Deutschland:	60,- (pro Jahr)	60,- (pro Jahr)
Campact (seit 10/2020):		96,- (pro Jahr)
Nebenan.de (seit 10/2020)		36,- (pro Jahr)
Summe:	160,- (pro Jahr)	292,- (pro Jahr)

Durch Mitgliedsbeiträge und Spenden unterstütze ich die GWÖ und den Verkehrsclub Deutschland (VCD), der sich für eine Mobilitätswende einsetzt. Seit Oktober 2020 fördere ich außerdem Campact und die Nachbarschaftshilfe "nebenan.de". Zusätzlich mache ich manchmal Sachspenden. Im Berichtszeitraum waren das Bücherspenden an die lokale Bücherei, Kleiderspenden während Corona sowie Instrumentenspenden im Wert von 300€ an eine Flüchtlingsinitiative.

Ehrenamtliche Tätigkeiten waren bis Mitte 2019 durch die 2 Jobs, die ich hatte, kaum möglich. Ich suche aktuell wieder aktiv nach einem neuen Betätigungsfeld.

Meine Haltung zu Steuern ist die, dass sie ein Beitrag zum Gemeinwesen sind und eine wichtige Voraussetzung für die Finanzierung von Gesundheit, Infrastruktur, Bildung, Kultur und vielem mehr für alle. Insofern habe ich noch nie das Bedürfnis verspürt, meine Steuern drücken zu wollen. Ich habe mir aus diesem Grund auch eine Steuerberatung ausgewählt, die selbst seit Jahren gemeinwohlzertifiziert ist und diese Grundhaltung teilt.

Teuer für Soloselbständige sind die Sozialversicherungsbeiträge. Ich halte jedoch den solidarischen Grundgedanken für sehr wertvoll und bin daher immer in der gesetzlichen Krankenversicherung geblieben, auch als ich in die private hätte wechseln können. Außerdem zahle ich freiwillig Beiträge in die gesetzliche Rentenversicherung.

E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung

Ich betreibe keinerlei Vermeidungsstrategie für Steuern, siehe dazu auch die Ausführungen im vorigen Aspekt.

E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

Meine Lobbying-Aktivitäten beschränken sich darauf, dass ich die Werte der Gemeinwohlökonomie teile, dies mache ich transparent auf meiner Homepage und regelmäßig mit meinem Gemeinwohlbericht. In diesem Bericht stehen auch alle anderen Organisationen, die ich z.B. mit Spenden unterstütze. Ernstzunehmenden Korruptionsgefahren bin ich als Soloselbständige nicht ausgesetzt. Ein potentielles Risiko gäbe es bei den GWÖ-Audits, dies wird jedoch durch klare Regelungen ausgeschlossen. Auditor_innen dürfen 3 Jahre vor und nach einem Audit in keinerlei Verbindung zu dem auditierten Unternehmen stehen.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Ich habe in 2013 erstmals begonnen, Kennzahlen zu erheben (der Impuls kam aus meinem ersten GWÖ Bericht, bei dem ich über gar keine Kennzahlen verfügt hatte). Mit diesem Bericht werde ich meine Kennzahlen nun bereits zum dritten Mal in Folge veröffentlichen.

Als Soloselbständige ist es nicht möglich, Kennzahlen zu liefern, die von meinem privaten Verbrauch vollständig getrennt sind. Ich habe Kennzahlen ausgewählt, an denen die Arbeit einen relevanten bis hohen Anteil hat. Die Zahlen beziehen sich jedoch alle auf den kompletten, also inklusive privaten Verbrauch.

Kennzahlen:

Aspekt	2017	2018	2019	2020	Vergleich 1-Pers
					Haushalt
Strom/ Energieverbrauch in kWh	514	562	569	682	1500*
Heizung Verbrauch (kWh pro qm)	82,1	97,0	98,4	50,3	77 – 126**
CO2 Belastung Heizung (kg/ Jahr)	1120***	1323***	1341***	686***	
Papierneukauf (Blatt)	500		500		n.a.
Druckerpatronen SW	1			1****	n.a.
Druckerpatronen Farbe	1			1****	n.a.

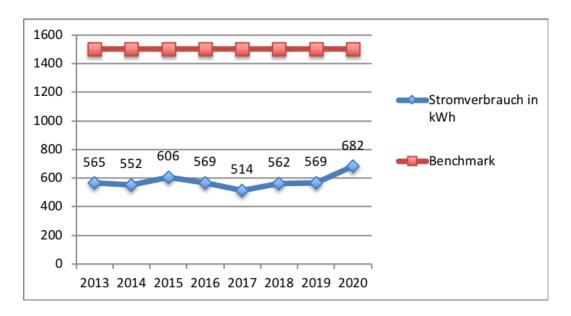
^{*} durchschnittlicher Verbrauch in einem 1-Personen-Haushalt ohne elektrische Warmwasserbereitung (statista.com)

^{**} durchschnittlicher Verbrauch pro qm bei Fernwärme (http://www.kwh-preis.de/durchschnittlichen-heizkosten-im-haushalt)

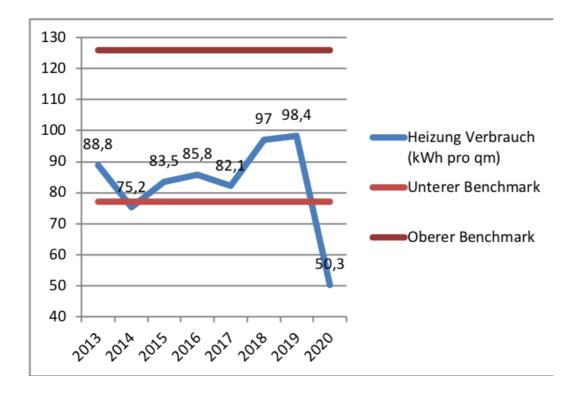
^{***} http://www.iwr.de/re/eu/co2/co2.html

^{****} Mehrfachpackung: enthält 4 SW- und je 2 Farbpatronen, wird also länger halten

Mein Stromverbrauch liegt kontinuierlich weit unter dem bundesdeutschen Durchschnitt. Der Anstieg in 2020 ist auf Corona zurückzuführen (Arbeiten war fast ausschließlich zu Hause und Online möglich). Seit Beginn meiner Kennzahlenerhebung hat sich mein Stromverbrauch wie folgt entwickelt:



Die Schwankungen in den Verbrauchszahlen für Heizung liegen im Wesentlichen an der Länge der jeweiligen Heizungsperiode. Der "Absturz" in 2020 lässt sich mit dem spät endenden Rekordsommer 2019 und dem früh beginnenden Rekordsommer 2020 erklären. Insgesamt liege ich seit Beginn meiner Kennzahlenerhebungen im unteren Bereich eines durchschnittlichen Verbrauches:



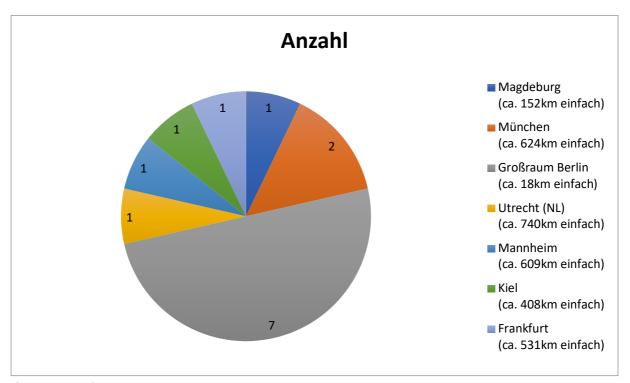
Als weitere relevante Kennzahlen habe ich Papierverbrauch und Verbrauch von Druckerpatronen dargestellt. Da ich meinen Papierverbrauch nicht zähle, nehme ich als Messgröße die Anschaffung neuen Papiers (A4, Recyclingpapier) pro Jahr. Im Schnitt verbrauche ich alle 2 Jahre ein Paket mit 500 Blatt. Für den Drucker benötige ich etwa alle 2 Jahre neue Patronen.

Die wichtigste Auswirkung in ökologischer Hinsicht sind meine Dienstreisen von und zu Kundenterminen, Weiterbildungen und Netzwerktreffen.

Übersicht der Reisemittel in 2018 bis 2020:

	Fahrrad / Fuß	ÖPNV	Bahn	Flug
Innerhalb	ca. 60%	ca. 40%		
Großraum Berlin				
Außerhalb			100%	0%
Großraum Berlin				

In den Berichtsjahren 2018 / 2019 gab es insgesamt nur 7 Dienstreisen außerhalb des Großraums Berlin, davon 6 in Deutschland, eine in die Niederlande. Die vergleichsweise geringe Anzahl liegt in der Teilzeitstelle begründet, die es nicht erlaubt hat, viele Aufträge oder Veranstaltungen außerhalb anzufahren. In 2020 gab es aufgrund von Corona gar keine Dienstreisen außerhalb des Großraums Berlin.



Gesamt gefahrene Bahnkilometer in 2018 - 2020: 7.628km

Die Kommunikation meiner Umweltdaten erfolgt durch meinen GWÖ-Bericht, der auf meiner Homepage abrufbar ist.

E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Es erfolgen keinerlei Verstöße gegen Umweltauflagen.

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Dies ist mein vierter GWÖ Bericht, die vorigen wurden ebenfalls extern auditiert und waren auf meine Homepage öffentlich zugänglich. Der GWÖ Bericht enthält alle wesentlichen Informationen zu meinem Unternehmen. Damit besteht seit 2013 eine durchgängige Transparenz meiner Tätigkeit.

Ich bin immer mal wieder mit NGOs und anderen zivilgesellschaftlichen Organisationen in Kontakt, vor allem über Veranstaltungen und Netzwerke und tausche mich auch gern mit ihnen aus. Dies hat sicherlich Impulse auch für meine Arbeit. Eine gezielte Einbindung im Sinne von gemeinsamer Produktgestaltung und gemeinsamen Entscheidungen gibt es bisher jedoch nicht. Als Soloselbständige wird es das auch eher nicht in größerem Umfang geben.

E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Durch den Gemeinwohlbericht findet eine sehr hohe Transparenz statt. Es gibt in keine bewusste Fehlinformationen.

Ausblick

Kurzfristige Ziele

Weiterer Ausbau des Bereiches Organisationsentwicklungsprozesse innerhalb meines Kerngeschäftes. Beantragung von weiteren sinnvollen Fördermöglichkeiten wie z.B. BAFA-Förderung. Wechsel des Stromanbieters, da Lichtblick inzwischen an ein Konsortium um den japanische Mitsubishi-Konzern verkauft wurde. Erweiterung der ökologischen Kennzahlen um ein Abfall-Monitoring.

Langfristige Ziele

Die langfristigen Folgen der Coronakrise durchstehen ohne Pleite zu gehen und sie nutzen, um neue, sinnvolle Angebote zu entwickeln. Ausbau von Kooperationen mit dem Ziel, zukünftig mehr gemeinsame Projekte und Angebote mit Partner_innen durchzuführen. Langfristige Stabilität aufbauen. Mehr Projekte durchführen, die Organisationsentwicklung und gesellschaftlichen Wandel verknüpfen.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Der vorliegende Gemeinwohlbericht wurde von mir selbst im Zeitraum zwischen April 2020 und Januar 2021 erstellt.

Grundlage war der Bericht von 2018, den ich auf die Veränderungen der Matrix 5.0 angepasst sowie entsprechend der Entwicklungen der letzten 3 Jahre aktualisiert und ergänzt habe. Besonderes Augenmerk habe ich auf die Aktualisierung aller Kennzahlen gelegt.

Es wurden ca. 50 Arbeitsstunden auf die Berichtserstellung verwendet.

Berlin, den 08. Februar 2021