
Gemeinwohl-Bericht

Johanna Paul,
Organisationsentwicklung und
Changemanagement



„Aufbruch in authentisches Wirtschaften“

Inhaltsverzeichnis:

Allgemeine Informationen zum Unternehmen.....	3
Kurzpräsentation des Unternehmens.....	3
Produkte / Dienstleistungen.....	4
Das Unternehmen und Gemeinwohl.....	4
Testat.....	5
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette.....	6
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette.....	8
A3 Ökologische Nachhaltigkeit In der Zulieferkette.....	9
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette.....	10
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln.....	11
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln.....	12
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung.....	12
B4 Eigentum und Mitentscheidung.....	13
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz.....	14
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge.....	15
C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden.....	17
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz.....	18
D1 Ethische Kundenbeziehung.....	18
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen.....	22
D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen.....	24
D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz.....	25
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen....	26
E2 Beitrag zum Gemeinwesen.....	27
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen.....	28
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung.....	31
Ausblick.....	32
Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz.....	32

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

- Firmenname: Aufbruch in authentisches Wirtschaften
- Branche: Unternehmensberatung
- Anzahl der Mitarbeiter*innen: 1 (EPU)
- Umsatz (netto): 31.600€ in 2021, 38.800€ in 2022, ca. 39.700 in 2023
- Gewinn: 28.500 in 2021, 35.600€ in 2022, ca. 32.800 in 2023
- Sitz: Martin-Opitz-Str. 18, 13357 Berlin
- Homepage: <https://authentisch-wirtschaften.de>

Berichtszeitraum: 2021 - 2023

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.

Darüber hinaus bin ich im Bereich Moderation und Seminare tätig. Ich moderiere Workshops und regelmäßige Runden verschiedener Gremien und biete Seminare für Teams im Bereich der Organisations-, Team- und Strategieentwicklung an.

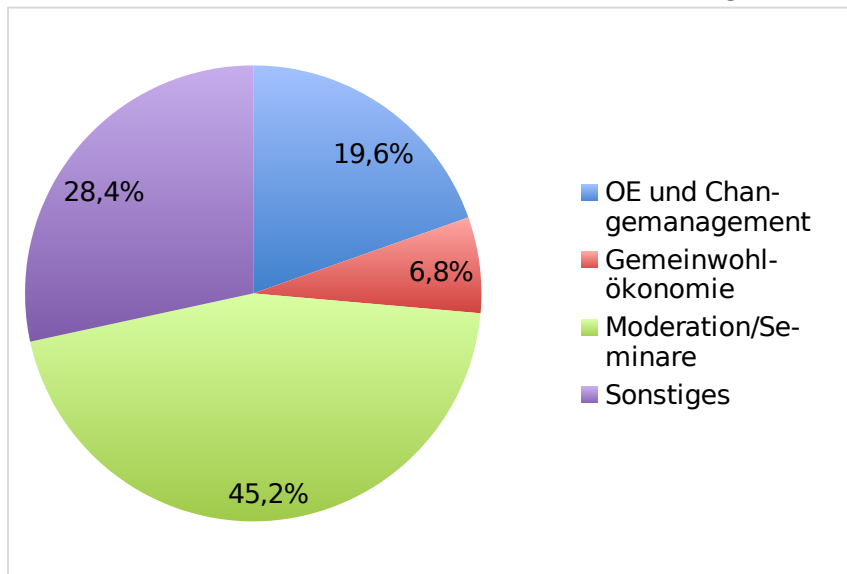
In Zusammenarbeit mit Partner*innen bin ich ebenfalls im Bereich der Gründungsberatung für Berliner Klein- und Kleinstunternehmen (Gründer*innen Assessments) sowie im Bereich der Berufsorientierung und Bewerbung für Schüler*innen tätig (BOB-Seminare).

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 (Seit 2019 praktiziere ich jedoch nur noch im Bereich der GWÖ-Beratung und nicht mehr aktiv als Auditorin). Darüber hinaus verfüge ich über eine Qualifikation als EFQM-Assessorin (ganzheitliches Qualitätsmanagementsystem).

Produkte / Dienstleistungen

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

Prozentualer Anteil der einzelnen Dienstleistungen am Umsatz 2021-2023



Bemerkung: Aufgrund einiger regelmäßiger Aufträge hat der Anteil an Moderation/Seminaren im Vergleich zum vorherigen Berichtszeitraum stark zugenommen. Den Bereich der GWÖ-Beratung habe ich bewusst zurückgefahren, um andere Bereiche aufbauen zu können.

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.

Ich bin zertifizierte GWÖ Beraterin und GWÖ Auditorin und die GWÖ ist ein fester und wichtiger Bestandteil meines eigenen Beratungsangebotes geworden. In den letzten Jahren habe ich das Engagement für die GWÖ und die Gemeinwohlberatung zurückgefahren, da ich andere Bereiche in meinem Unternehmen stärker ausbauen möchte (Bereich Nachhaltigkeitsberatung, Kooperation mit anderen Unternehmen).

Die erste Gemeinwohlbilanz für mein Unternehmen habe ich im Frühjahr 2013 auditieren lassen. Dies ist meine fünfte Gemeinwohlbilanz.

Testat

ECONGOOD Bilanz

Aufbruch in authentisches Wirtschaften

Martin-Opitz-Str.18, DE 13357 Berlin

Wert				
Berührungsgruppe	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 40 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 30 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 40 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 30 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 80 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 60 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 50 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: ./.
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 60 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 70 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 80 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: ./.
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 50 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 60 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 50 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 50 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 50 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 60 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 50 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 60 %
				BILANZSUMME: 548

Mit diesem Audit Zertifikat bestätigt der International Federation for the Economy for the Common Good e.V. das Ergebnis des ECONGOOD Audits basierend auf der Version: M5.0 Kompaktbilanz. Dieses Audit wurde durchgeführt von Gitta Walchner.

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. Dabei nehme ich auch Änderungen vor, so zum Beispiel der Wechsel von Lichtblick zu Polarstern, als publik wurde, dass Lichtblick nun zu Mitsubishi gehört und nicht mehr von Robin Wood empfohlen wird.

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 + % der Ausgaben	Erläuterung und (soziale, ökologische, regionale) Bewertung
Büromaterial (gering)	Hauptsächlich Papier, Druckerpatronen, Stifte, Textmarker, etc. Meine Grundausstattung habe ich bei Memo in Öko-Qualität eingekauft. Seitdem benötige ich nur Kleinstmengen, diese Einkäufe tätige ich in „normalen“ Geschäften in meiner Nähe, dann jedoch weitestgehend 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 Polarstern. Polarstern ist GWÖ-Bilanziert: file:///Users/user/Downloads/GWOE-gemeinwohnbilanz-2020-2022-polarstern-gmbh.pdf
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 einigen Jahren 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

	<p>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/ Der Mac ist ein gebrauchtes, wiederaufbereitetes Gerät. Als Reiselaptop (kleiner und leichter) habe ich Ende 2023 ebenfalls bei Social & Green IT einen gebrauchten Dell gekauft. Dieser läuft mit Linux, da ich mich auch von den (aus meiner Sicht) Demokratie-gefährdenden IT-Riesen, wie Microsoft, Google und Apple so weit wie möglich trennen möchte. Mit dem zweiten Laptop kann ich gut testen, inwiefern sich alle meine Arbeitsansprüche über Linux und Freeware erfüllen lassen. Mein Drucker hat den „Energy Star“ für geringen Energieverbrauch und den „blauen Engel“. Er kann außerdem beidseitig drucken, was mir wichtig war.</p>
Werbung (gering)	<p>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 ökologische Papierqualität.</p>
Telefon/Internet (gering)	<p>Sowohl meine Internetseite als auch meine Mailadresse werden von manitu gehostet, die ökologisch-sozial ausgerichtet sind und alle Server mit 100% Ökostrom betreiben: https://www.manitu.de/unternehmen/ Die Telefonanbieter für Festnetz (O2) und Smartphone (Telekom) sind konventionell, mir sind hier bisher keine sozial-ökologischen Alternativen bekannt. WeTell läuft über das Vodafone-Netz, so dass ich diese mitfinanzieren würde, da sehe ich nicht so viel Sinn drin.</p>
Transportmittel (gering)	<p>Da meine Termine bei den Kund*innen stattfinden, brauche ich Fahrradtaschen und Rucksäcke mit Laptopfach für die Termine. Sowohl meine Fahrradtasche als auch mein Rucksack sind von Vaude, die gleich mehrere Zertifikate haben und langjährige GWÖ-Bilanzen: https://nachhaltigkeitsbericht.vaude.com/</p>
Heizung (gering)	<p>Die Heizung wird mit Fernwärme betrieben. Diese wurde jüngst wieder vom Land Berlin zurückgekauft (vorher Vattenfall). Es gibt einen Dekarbonisierungsplan, die Umsetzung wird jedoch noch bis 2040 andauern. Aktuell wird der größte Teil aus Steinkohle und Gas befeuert.</p>

Anfahrten zu Kund*innen werden in D3 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). Meine beiden jetzigen Laptops sind gebraucht gekauft bei 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 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 meine Laptops 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.

Rechnungen bezahle ich grundsätzlich immer sehr zügig (max. 14-Tage-Frist).

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. Zur Übersicht siehe daher Tabelle in A1.

Ökologische Siegel nutze ich vor allem beim Einkauf von Lebensmitteln, Büromaterial, Reinigungsmitteln (hierbei etwa 90%) und teilweise bei Textilien. Außerdem lege ich als ökologisches Kriterium sehr viel Wert auf lange Nutzung von Geräten und auf – wo möglich – Wiederverwendung (z.B. gebrauchte und wieder aufbereitete Laptops).

Einkäufe finden grundsätzlich immer unter Evaluierung von ökologischen Kriterien statt. Sofern es ökologisch höherwertige Produkte gibt, haben diese Vorrang.

Wo das an preisliche Grenzen stößt, suche ich mir andere Alternativen. Zum Beispiel sind die Preise auf den Biomärkten so stark angestiegen, dass ich mir das nicht mehr leisten kann. Ich beziehe nun seit einem Jahr zusammen mit meinem Partner eine Gemüsebox aus der Region (biozyklischer Anbau).

Insgesamt hat mein Unternehmen eher wenig ökologische Auswirkungen in der Beschaffung, da ich im Dienstleistungsbereich und als EPU wenig Beschaffungen habe und vor allem keine Rohstoffe beziehe.

Ein wesentlicher Aspekt der Umweltauswirkungen liegt bei mir eher im Bereich der Mobilität, darauf gehe ich in D3 ein.

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). Meine jetzigen Laptops sind gebraucht gekauft bei 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): <https://www.shift.eco/impact/>
- AfB Social & Green IT (mit veröffentlichten CSR Kennzahlen und Transparenz in Werten und Zielen): <https://www.afb-group.de/nachhaltigkeit>
- Vaude (mit langjähriger Gemeinwohlerzertifizierung): https://nachhaltigkeitsbericht.vaude.com/gri-wAssets/pdf/de/Dokumente-2018-fuer-2017/201gwoe_testat_5_0_AUDIT_Vollbilanz_VAUDE.pdf
- Manitu (mit transparenten Zielen und deren Erreichung zu ökologischen und sozialen Kriterien auf der Website): <https://www.manitu.de/unternehmen/>
- Polarstern (mit Gemeinwohlerzertifizierung): <https://www.polarstern-energie.de/awards-und-siegel/>

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 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 23,5%

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/150148/umfrage/durchschnittliche-eigenkapitalquote-im-deutschen-mittelstand/> und damit deutlich geringeres Eigenkapital. Allerdings gibt es keine gesondert ausgewiesene Statistik für Einzelunternehmen oder Soloselbständige und der Vergleich hinkt daher etwas.

Auflistung der Finanzdienstleister

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

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.

Über die ARAG habe ich eine Fahrradversicherung, da das Fahrrad mein wichtigstes Transportmittel innerhalb Berlins ist.

https://www.arag.com/medien/pdf/nachhaltigkeit/arag_grundsatzerklaerung_nach_lieferkettensorgfaltspflichten_gesetz.pdf

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Als Solo-Selbständige mit 100% Eigenfinanzierung schüttele ich keine Kapitalerträge aus. Für mich ist lediglich relevant, dass aus meinen Gewinnen neben den notwendigen Lebenshaltungskosten genug Überschüsse bleiben, um folgende Bereiche 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 eher nahe Null gelegen, da ich durch die Preissteigerungen mehr Rücklagen in Anspruch nehmen musste als dass ich einzahlen konnte.

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).

Einen Sanierungsbedarf im eigentlichen Sinne gibt es mangels eigener Räumlichkeiten nicht.

Im Berichtszeitraum wurden keine größeren Investitionen getätigt.

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. Nachdem in 2022 Atomkraft und Gas auf europäischer Ebene als nachhaltig eingestuft wurden, habe ich bei Swiss Life nachgehakt, welche Investitionen bei meinem Fonds zugelassen und ausgeschlossen sind. Explizit ausgeschlossen sind: Chemie, Gentechnik, Kernkraft, Fossile Energieträger, Luftfahrt, Waffen/Rüstung, Menschenrechtsverstöße, Arbeitsrechtsverstöße, Pornographie, Suchtmittel sowie Verstöße gegen Global Compact. Damit erfüllt der Fonds ökologische, soziale und Unternehmensführungs-Kriterien. Leider nicht explizit ausgeschlossen ist die Automobilindustrie, sowie pauschal „Umweltschädliches Verhalten“ bzw. Tierschutzverstöße.

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 (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 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.

Kennzahlen zu Gesundheit

Fehlzeiten (Krankheit): in 2021 - 2023 ca. 1 Woche pro Jahr

Coaching in 2023: 5 Termine à 1,5 Stunden

Kennzahlen zu fachlicher und persönlicher Weiterentwicklung

Fort- und Weiterbildung ist mir sehr wichtig. In den Jahren 2021-2023 habe ich folgende Angebote in Anspruch genommen:

- Diverse Webinare zur Nutzung von Online-Tools für das Arbeiten während der Pandemie
- Mehrmals im Jahr (4-6x) Intervision mit freiberuflichen Kolleg*innen (fachlicher Austausch und Weiterentwicklung der Angebote)
- GWÖ Beratertreffen online in 2021 und 2022 (jeweils 2 Tage)
- Fortbildung (2 Tage) in 2023 bei der Akademie für Transformationsdesign zur Einführung in das Transformationsdesign

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 „Selbstaussbeutung“ zu schützen, habe ich mir klare Regeln für meine Arbeitszeiten geschaffen (siehe auch C1).

Als betriebliche Sozialleistungen habe ich eine 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 und versuche, meistens die 30 Stunden einzuhalten.

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. Die in den letzten 1,5 Jahren stark angestiegenen Kosten durch Gas/Strompreis und durch die Inflation belasten mein Geschäft stark. Gleichzeitig spüre ich eine zunehmend schwankende Auftragslage, die ich der allgemeinen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Unsicherheit zuschreibe. Obwohl mein Umsatz und auch der Gewinn in den letzten drei Jahren kontinuierlich gestiegen ist, spüre ich daher keine finanzielle Entlastung, sondern eher steigenden Druck. Diesen versuche ich durch Erweiterung neuer Geschäftsfelder, Teilnahme an Förderprogrammen und teilweise Rückgriff auf Ersparnis abzufedern.

Kennzahlen

- Durchschnittliche Arbeitszeit: ca. 30-35 Std. pro Woche
- Geleistete Überstunden: keine (im Jahresschnitt)
- Urlaub: in 2021 und 2022 jeweils 6 Wochen pro Jahr (3-4 x für 1-2 Wochen plus mehrere verlängerte Wochenenden und Einzeltage), in 2023 wenig richtiger Urlaub, da meine Eltern pflegebedürftig werden, dafür reduzierte Arbeitszeiten
- Gewinn (Verdienst brutto): 28.500 in 2021, 35.600€ in 2022, ca. 32.800 in 2023

C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Als Soloselbständige gibt es keine Arbeitsverträge. Ich achte sehr darauf, keine selbstaussbeuterische 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.

Der Verzicht auf ein eigenes Auto war eine bewusste Entscheidung, als ich nach Berlin umgezogen bin (vor etwa 18 Jahren). Eine Bahncard 50 besitze ich seit etwa 21 Jahren und habe mir damit die Freiheitsgrade geschaffen, mich jederzeit flexibel und zu einem guten Preis durch die ganze Republik bewegen zu können. Seit April 2023 habe ich auch das Deutschlandticket, das für meine Bedürfnisse super passt.

Da ich mein Büro zu Hause habe, muss ich gar keinen Weg zum Arbeitsplatz zurücklegen. Anfahrten habe ich nur zu Terminen bei Kund*innen sowie zu Weiterbildungen oder Netzwerkveranstaltungen, diese werden in E3 behandelt. Wenn ich Arbeitstreffen mit Kooperationspartner*innen habe, so lege ich die Wege dorthin entweder mit dem Fahrrad oder mit dem öffentlichen Nahverkehr zurück.

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 (Bio-Gemüsebox aus Brandenburg). Manchmal gehe ich in eine der kleinen Kantinen hier in der Umgebung. Dort wird frisch und saisonal gekocht, jedoch nicht bio.

Es ist nicht mein Ziel mich ausschließlich vegetarisch oder 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 sehr wenig Fleisch, gerne jedoch ab und zu Fisch. Beides kaufe ich ausschließlich in Bioqualität bzw. bei Fisch auch aus Wildfang und unter Berücksichtigung der Arterhaltung (Verzicht auf stark überfischte Arten).

Ich trenne Müll nach: Verpackung (gelber Sack), Restmüll, Papier, Glas und Biomüll. Vor allem Verpackungsmüll versuche ich zu reduzieren, siehe dazu E3.

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.

Teilweise gewinne ich Kund*innen auch über die Akkreditierung bei Förderprogrammen. So war ich von 2019 bis 2022 bei *unternehmenswert:Mensch* als Beraterin akkreditiert und in 2023 bei REACT with Impact und bei INQA Coaching. Da ich auf deren Seiten dann jeweils als Beraterin gelistet bin, hat das

natürlich eine erhöhte Sichtbarkeit für mich. Finanzielle Kosten sind damit nicht verbunden, sondern nur der Akkreditierungsaufwand.

In 2021 bis 2023 hatte ich folgende Ausgaben für Marketingmaßnahmen:

Marketing/ Verkaufsmaßnahme	2021	2022	2023
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.

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 (bei einem Projekt über REACT with Impact bei 1.400€). 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 Synical GmbH an Schulen durchführe (Tagessatz 340€) oder die Gründer*innen-Assessments, die vom Land Berlin gefördert werden (Tagessatz 400€).

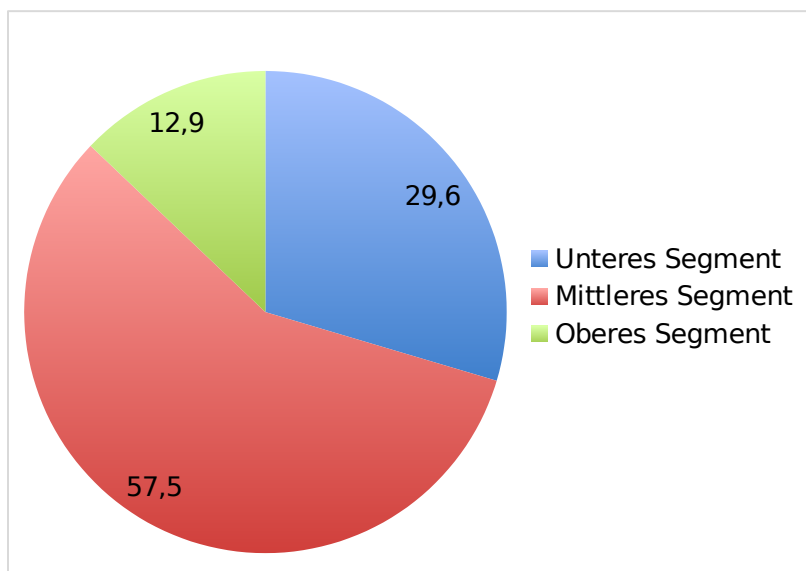
Kostenanpassungen sind außer über die Staffelung und individuelle Verhandlungen immer auch über die Ausgestaltung der Beratungsleistungen möglich. Gerade kleine Unternehmen können oft schon viel mit einem überschaubaren Prozess an Beratung erreichen, so dass dann auch weniger Beratertage abgerechnet werden. Ich schaue

mit jedem Unternehmen den individuellen Bedarf und die finanziellen Möglichkeiten an und versuche, ein passendes und wertschöpfendes Angebot zu erarbeiten.

Darüber hinaus können kleinere Unternehmen teilweise über die Förderprogramme abrechnen, wenn die Beratungsinhalte dazu passen. Mit dem Förderprogramm *unternehmenswert:Mensch* konnte ich mit einem Kleinstunternehmen (weniger als 10 MA) insgesamt 2 Beratungsprojekte in den letzten vier Jahren durchführen und mit einem KMU ein weiteres Projekt. Mit REACT with Impact mit einem Sozialunternehmen ein Projekt in 2023.

Zur Übersicht habe ich meine Leistungen aus den Jahren 2021 – 2023 in Preiskategorien aufgeteilt:

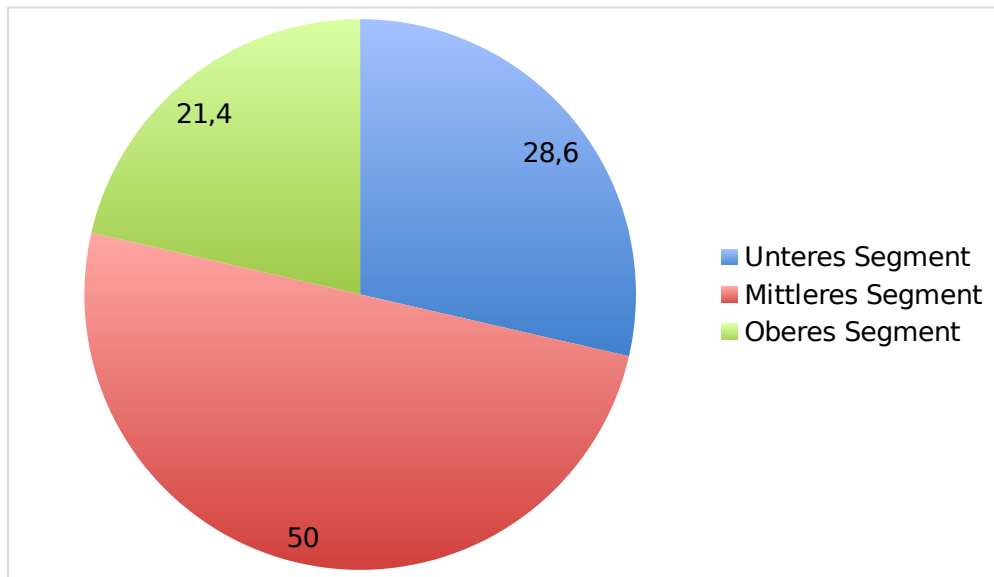
Anteil der Preissegmente in 2021 - 2023 am Gesamtumsatz (in Prozent):



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

Der weitaus überwiegende Teil meines Umsatzes generiert sich im mittleren Segment. Das untere Segment macht immerhin fast ein Drittel aus, darin liegen vor allem die Berufsorientierungstage an Schulen (BOB) und die Gründer*innen-Assessments, die beide regelmäßig wiederkehrend stattfinden. Das obere Preissegment macht nur etwa ein Achtel aus und ich würde diesen Anteil in den nächsten Jahren gerne erhöhen.

Anteil der Kund*innen in 2021-2023 im jeweiligen Preissegment:



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

Die Kund*innen sind überwiegend Unternehmen, mit denen ich im mittleren Preissegment abrechne. Dies sind selbstzahlende Unternehmen (nicht über Förderprogramme) und überwiegend KMU oder aus dem Non-Profit-Bereich.

Im oberen Segment liegen Projekte, die über Förderprogramme laufen und daher einen höheren Tagessatz haben und dennoch gerade für Unternehmen attraktiv, die sich eine Beratung sonst nicht leisten könnten.

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 Mitunternehmern

Ich arbeite mit einer ganzen Reihe von anderen Berater*innen und Organisationen zusammen (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 (Zum Beispiel: Weitergabe Ausbildung GWÖ-Berater*innen an Urte und Jan in 2023).

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.

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 Anfahrten zu Kund*innen.

Mein Computer ist nur eingeschaltet, wenn ich ihn auch benutze, selbiges gilt für den Drucker. Ich drucke möglichst wenig aus und dann immer schwarz-weiß und beidseitig.

Durch die Corona-Verordnungen habe ich die meisten Angebote in 2020 nicht in Präsenz sondern digital durchgeführt. Dies hat zu Materialeinsparungen sowohl bei mir als auch bei meinen Kund*innen geführt (weniger Ausdrücke, weniger Flipchart-Papier, Moderationskarten, etc.) und außerdem die Anzahl der Anfahrten deutlich gesenkt. Einige Projekte werden seither dauerhaft digital durchgeführt, weil sich dies als effizienter und qualitativ mindestens gleichwertig erwiesen hat.

Papierverbrauch / Druckerpatronen

Aspekt	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Papierneukauf (Blatt)	500		500		500	500	500
Druckerpatronen SW	1			1*			
Druckerpatronen Farbe	1			1*			

* Mehrfachpackung: enthält 4 SW- und je 2 Farbpatronen

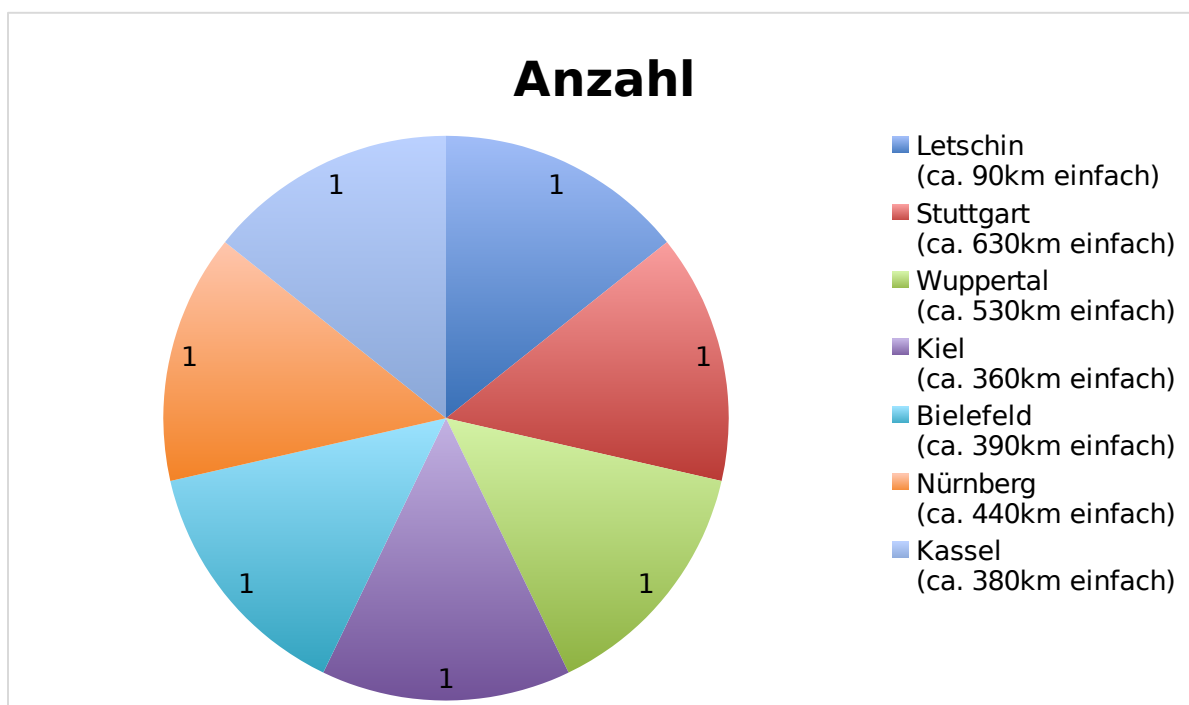
Im Schnitt verbrache ich etwa alle 1,5 Jahre ein Paket Druckerpapier (á 500 Blatt). Der leichte Anstieg in den letzten drei Jahren ist darauf zurückzuführen, dass ich für größere Mengen nicht mehr in Copy-Shops gehe, weil es in meiner Nähe keine mit Recyclingpapier gibt. Druckerpatronen halten etwa 2-3 Jahre.

Alle meine Anfahrten zu Kund*innen im Großraum Berlin erfolgen entweder mit dem Fahrrad oder mit dem ÖPNV. Weitere Anfahrten erfolgen ausschließlich mit der Bahn.

Übersicht der Reisemittel in 2021 bis 2023:

	Fahrrad / Fuß	ÖPNV	Bahn	Flug/Auto
Großraum Berlin	ca. 50%	ca. 50%		
Außerhalb Großraum Berlin			100%	0%

Dadurch, dass in 2021 noch starke Coronabeschränkungen galten ist die Anzahl der weiteren Anfahrten in den Jahren 2021-2023 eher gering:



Anzahl Anfahrten außerhalb Berlin: 7, gefahrene Bahnkilometer insgesamt: ca. 5640

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

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.

Durch Corona habe ich ebenfalls das Angebot von digitalen Dienstleistungen eingeführt, das bei einigen Projekten dauerhaft erfolgreich läuft. 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 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.

In der Moderation von Veranstaltungen und Seminaren entstehen positive Wirkungen durch das Öffnen von Räumen für verschiedene Sichtweisen, den konstruktiven Austausch und co-kreative Prozesse zur Gestaltung von neuen Ideen. In den Schulprojekten (BOB) geht es um die Stärkung der Selbstwirksamkeit der Jugendlichen und die Förderung, eigene Perspektiven zu entwickeln.

Bei den Gründer*innen-Assessments soll ein sicherer Raum für die Entwicklung und Erprobung der Gründungsideen gegeben werden, der Austausch zwischen den Gründer*innen gefördert und der Blick auf die eigenen Stärken geschärft werden. Indirekt fördern meine Dienstleistungen daher die Sicherung der Lebensgrundlage, die Kommunikationskultur, die Möglichkeiten der Mitwirkung sowie Wissen und Bildung.

Prozentual sehe ich den größten Nutzen in der Entwicklung von Menschen (ca. 70%) und dem Lösen von gesellschaftlichen und ökologischen Problemen (ca. 30%).

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 2023 betrug ca. 24% (Vorab-Berechnung).

Mitgliedsbeiträge / Spenden für gemeinnützige Organisationen

	2021 – 2023
BNW:	650,- (pro Jahr)
GWÖ:	100,- (pro Jahr)
Verkehrsclub Deutschland:	60,- (pro Jahr)
Campact :	96,- (pro Jahr)
Nebenan.de	36,- (pro Jahr)
Summe:	942,- (pro Jahr)

Seit November 2021 bin ich Mitglied im Bundesverband Nachhaltiges Wirtschaften (BNW). Ich bin dort auch aktiv in der Berliner Regionalgruppe, die sich 3-4 mal pro Jahr trifft. 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“ (letztere bis Nov 2023). Jahresberichte/Transparenzberichte der geförderten Organisationen:

<https://www.bnw-bundesverband.de/sites/default/files/inline-files/Jahresbericht%202022.pdf>

https://www.vcd.org/fileadmin/user_upload/Redaktion/Der_VCD/Jahresbericht/VCD_Jahresbericht_2022.pdf

<https://www.campact.de/wp-content/uploads/2023/08/campact-transparenzbericht-2022.pdf>

Ehrenamtliche Tätigkeiten beschränken sich aktuell auf das Engagement in der Berliner Regionalgruppe des BNW, da ich mich um meine Eltern kümmern muss.

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 gemeinwohlfertig 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

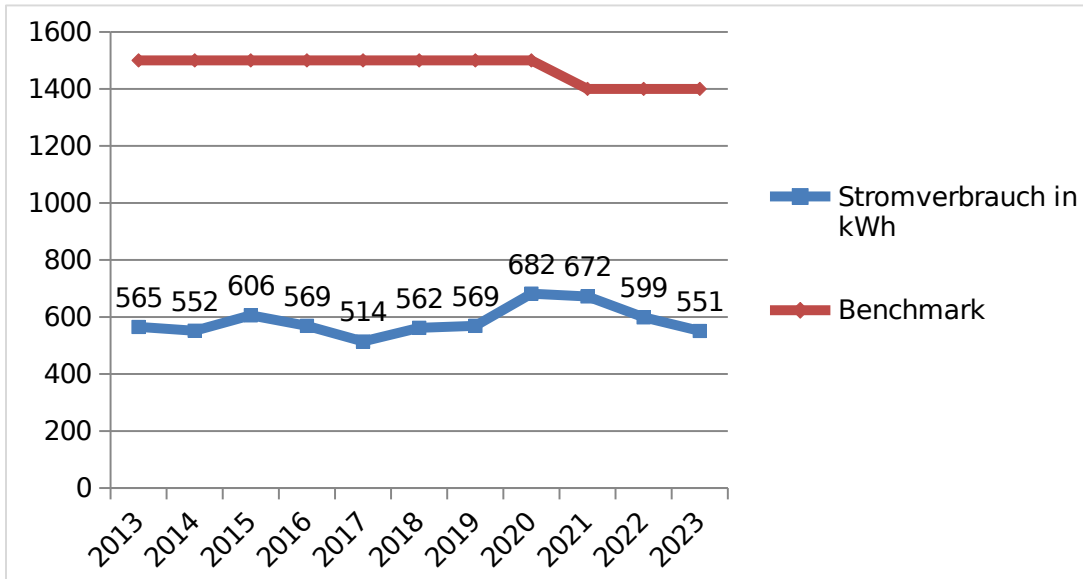
Meine Lobbying-Aktivitäten beschränken sich darauf, dass ich die Werte der Gemeinwohlökonomie teile, dies mache ich transparent auf meiner Homepage und regelmäßig mit meinem Gemeinwohlbericht. In diesem Bericht stehen auch alle anderen Organisationen, die ich z.B. mit Spenden unterstütze. Ernstzunehmenden Korruptionsgefahren bin ich als Soloselbständige nicht ausgesetzt.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Ich habe in 2013 begonnen Kennzahlen zu erheben, direkt nachdem ich meinen ersten GWÖ-Bericht erstellt hatte. Seitdem halte ich diese Kennzahlen nach, so dass ich über kontinuierliche Zeitreihen verfüge und somit Entwicklungen nachvollziehen kann. Sukzessive versuche ich auch, mein Kennzahlen-Portfolio zu erweitern, zuletzt durch das Monitoring meiner Abfälle.

Als Soloselbständige ohne gesonderte Büroräumlichkeiten 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.

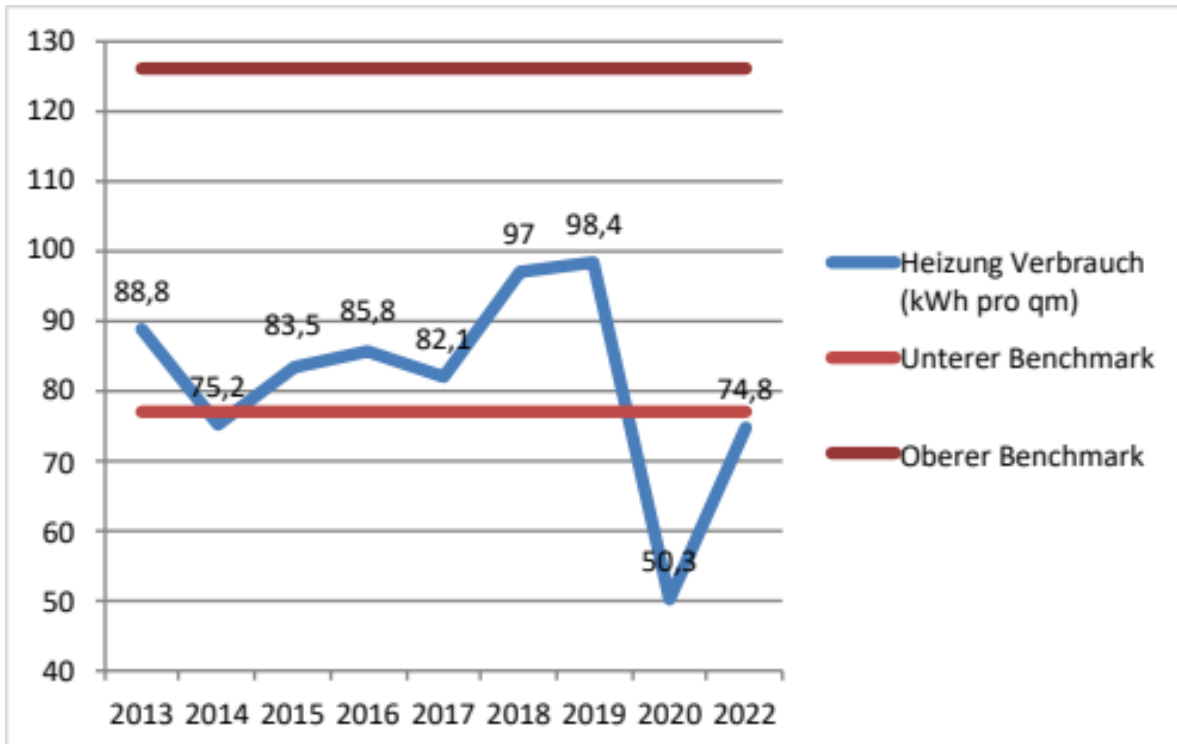
Stromverbrauch seit 2013 bis 2023 in kWh:



Quelle Benchmark: durchschnittlicher Verbrauch in einem 1-Personen-Haushalt ohne elektrische Warmwasserbereitung (<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/558239/umfrage/stromverbrauch-einen-1-personen-haushalts-in-deutschland>)

Mein Stromverbrauch liegt kontinuierlich weit unter dem bundesdeutschen Durchschnitt, auch wenn dieser ebenfalls etwas abgesunken ist. Der Anstieg in 2020 und 2021 ist auf Corona zurückzuführen (sehr viel Home Office und Online-Veranstaltungen). Ende 2021 habe ich sämtliche Leuchtmittel auf LED umgestellt, das hat den Rückgang seitdem verstärkt.

Heizungsverbrauch seit 2013 bis 2022 in kWh pro Quadratmeter:

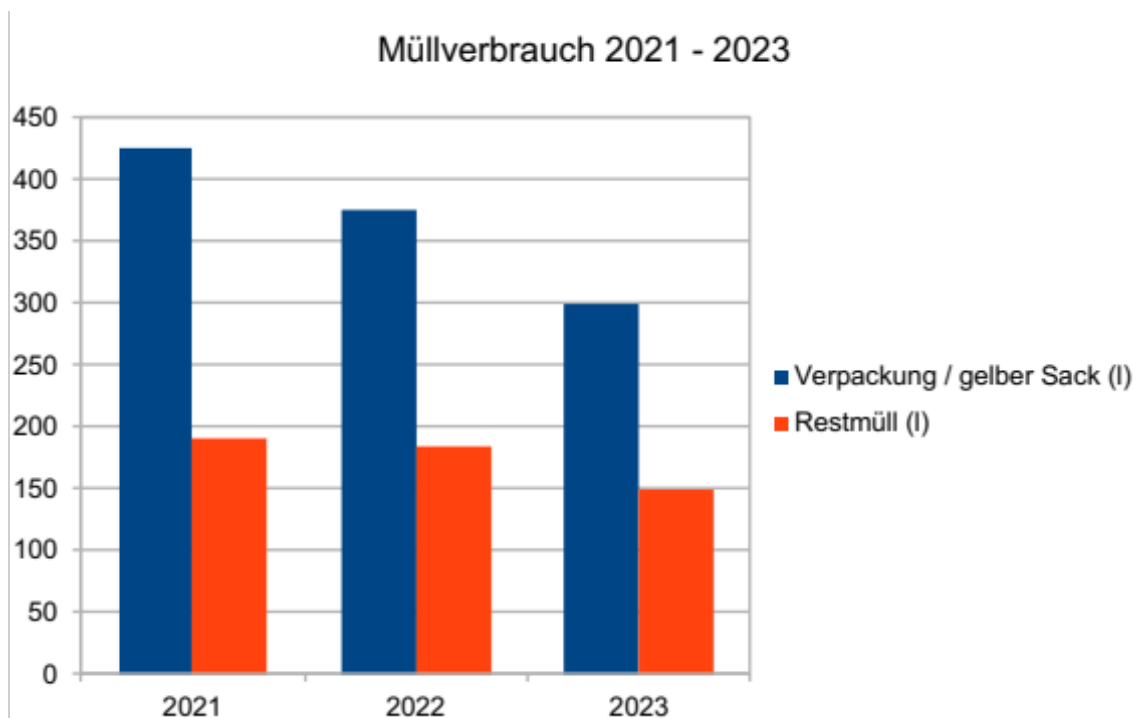


Quelle Benchmark: durchschnittlicher Verbrauch pro qm bei Fernwärme (<http://www.kwh-preis.de/durchschnittlichen-heizkosten-im-haushalt>)

Die Schwankungen in den Verbrauchszahlen für Heizung liegen im Wesentlichen an der Länge und Temperatur des jeweiligen Winters. Der „Absturz“ in 2020 lässt sich mit dem spät endenden Rekordsommer 2019 und dem früh beginnenden Rekordsommer 2020 erklären. In 2021 habe ich aufgrund eines Eigentümerwechsels keine Nebenkostenabrechnung erhalten, für 2023 liegt sie mir noch nicht vor. Insgesamt liege ich seit Beginn meiner Kennzahlenerhebungen im unteren Bereich eines durchschnittlichen Verbrauches.

Seit 3 Jahren versuche ich aktiv, meine Abfälle zu reduzieren. Vor allem im Hinblick auf Verpackungsmüll versuche ich, neue Produkte zu finden. Seither monitore ich meinen Müll und kann daher erstmals mit Kennzahlen dazu aufwarten. Ich freue mich, dass vor allem bei Verpackung bereits eine Reduktion gelungen ist:

Müllverbrauch 2021 bis 2023 in Litern:



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 fünfter 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 keine bewusste Fehlinformationen.

Ausblick

Kurzfristige Ziele

Weiterer Ausbau des Bereiches Organisationsentwicklungsprozesse innerhalb meines Kerngeschäftes. Ausbau von Nachhaltigkeitsberatung. Verstärkte Zusammenarbeit mit (neuen) Kooperationspartner*innen.

Langfristige Ziele

Langfristige Stabilität aufbauen.

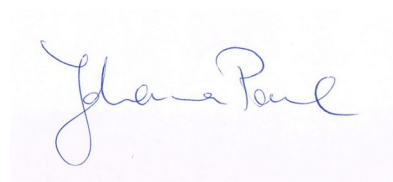
Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Der vorliegende Gemeinwohlbericht wurde von mir selbst im Zeitraum zwischen Dezember 2023 und Februar 2024 erstellt.

Grundlage war der Bericht von 202, den ich 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 22. Februar 2024

A handwritten signature in blue ink that reads "Johanna Paul". The signature is written in a cursive style and is centered on a light blue rectangular background.