

Gemeinwohl-Bericht Gerlinde Lamberty

Vollbilanz 2019 – 2021

»Das Bewusstsein eines Menschen ist alles, was er denkt, begehrt und liebt, alles, was er für wahr hält und dem er zustimmt. Aus diesem Grund ist zuerst ein Bewusstseinswandel nötig, bevor du deine äußere Welt ändern kannst.« ~ Neville Goddard

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname: Institut Lamberty
Inhaberin: Gerlinde Lamberty
Rechtsform: EPU
Website: www.gerlinde-lamberty.de
Branche: Unternehmensberatung & Coaching
Firmensitz: 35083 Wetter-Oberrospe
Gesamtanzahl der Mitarbeitenden: 1
Berichtszeitraum: 2019 – 2021

Kurzpräsentation des Unternehmens

Beratung, Coaching und von Unternehmen, Organisationen, Schulen und Kommunen zu den Themen nachhaltiges Wirtschaften, Organisations- und Personalentwicklung, sowie Sparring und Innovationscoaching.

Unternehmerin bin ich seit 1992 und vor 18 Jahren habe ich diese Freiberufliche Tätigkeit begonnen und das Institut Lamberty gegründet.

Bis heute ist mein Arbeitsschwerpunkt individuelle, wie auch organisationale Regenerationskompetenz – die Basis für alles Fortbestehen und Wachsen. Strukturen zu gestalten, die eine Person, ein Unternehmen/eine Organisation lebendig erhalten. Von Beginn an war es mir ein Anliegen, das vorzuleben, was ich anderen empfehle: mich selbst regenerationsfähig zu halten.

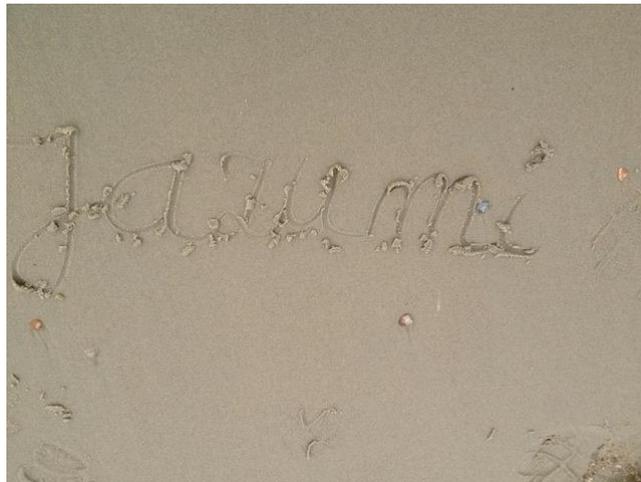
Dazu gehört für mich, Formen von Achtsamkeit in meinen Alltag zu integrieren, wertschätzende Kommunikationsstrukturen zu pflegen, auf meine Ernährung zu achten und regelmäßig bewusste Pausen in den Tag zu integrieren. Eine deutliche Steigerung meiner Gesundheit hat meine eigene Methode erbracht – dies kann ich durch wissenschaftlich fundierte Messungen abbilden. JAZUMI® ist ein meditatives Akzeptanztraining, dass sehr schnell Wirkung zeigt.

Auf Unternehmen/Organisationen übertragen, heißt es: hinzuschauen, ob vorhandene Strukturen und vorhandenes Reglement eher blockierend sind oder motivierend und stärkend. Wie „menschen“artgerechtes Leben gelingen kann, auch im Zeitalter von Digitalisierung und Agilität.

Im Laufe der Jahre ist aus der Methode eine Haltung geworden, die sich durch das Leben Einzelner und von Unternehmen zieht. Wenn eine Firma „JA zu sich sagt“ entsteht eine große Kraft – losgelöst vom Vergleichen mit anderen die eigenen Stärken entwickeln und feiern, eigenverantwortlich und wertschätzend.

Es macht mir große Freude, Strukturen mitzugestalten, die ein Unternehmen wieder „lebendig“ werden lassen.

Daraus resultiert eine natürliche Weiterentwicklung und gesundes Wachstum im Sinne der GWÖ-Werte.



Von großer Bedeutung ist für mich meine Möglichkeit, mein Leben weitestgehend selbst zu terminieren, meinen Tagesablauf „(mensen-)artgerecht“ zu gestalten und in allen Lebensbereichen das „rechte Maß“ im Auge zu behalten. Damit bin ich oft Vorbild für andere. Unabhängig vom Alter, möchte ich immer aktive Gestalterin meines Lebens sein.

Produkte / Dienstleistungen

Ich berate Unternehmen in den Bereichen Organisationsentwicklung und Personalentwicklung und Einzelpersonen als Coach oder Sparringspartner.

100% meiner Angebote dienen der Stärkung und dem Aufbau resilienter und regenerativer Strukturen für Einzelpersonen, Firmen oder Gemeinden. Aus sich selbst heraus Kraft schöpfen ist ein selbstverständlicher Kreislauf.

Es geht immer um eine Kombination: wie können Systeme lebendig werden oder bleiben und wie wollen Menschen darin ihr vertrauensbasiertes Miteinander gestalten. Wenn Selbstakzeptanz und der Umgang mit Emotionen geübt und gelebt werden, nimmt die Angst ab und Neues – wirklich Neues – wird möglich.

Produkt/Dienstleistung	Anteil am Umsatz (in %)
Beratung	70
Coaching	20
Vorträge	10

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Die Werte der Gemeinwohlökonomie haben immer schon eine große Wichtigkeit in meiner Arbeit und meinem Leben gehabt. Es sind Werte, mit denen ich aufgewachsen bin und wie ich Unternehmertum von Kindheit an kennengelernt habe. Die Vision einer menschlicheren Wirtschaft, von Unternehmen mit sozialer und Umweltverantwortung durfte ich in den vergangenen Jahren schon ein paarmal in die gelebte Wirklichkeit begleiten. Seit 2018 bin ich Mitglied der Gemeinwohlökonomie, habe 2019 meine erste Bilanz erstellt und bin somit „gemeinwohlabilanzierendes Unternehmen“ und zertifizierte Beraterin Gemeinwohlökonomie (GWÖ)

Seit 2019 konnte ich die Struktur der Bewegung im Inneren durch aktive Mitarbeit kennenlernen und durch vielseitige Aktivitäten von Vorträgen bis zur Begleitung im Bilanzierungsprozess mitgestalten.

Testat



Dieses Zertifikat bestätigt die Gültigkeit des durchlaufenen GWÖ Peerevaluationsprozesses und berechtigt zum Führen des Labels:



Zertifikat: **Peerevaluation** **Gemeinwohl-Bilanz** **Gerlinde Lamberty**
M5.0 Vollbilanz **2019-2021** **2022_GL_AB_WF_BL**
zert. Begleiter*in **Gitta Walchner** **Beteiligte Peerguppen Firmen**
IBB Ingenieurbüro Bernstetter
Haus Lulse
Werner Furthner Consulting

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berührungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 30 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 30 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 40 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 20 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 70 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 40 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 60 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: J.
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 90 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 70 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 60 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: J.
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innen beziehungen: 70 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern: 70 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 60 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 60 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 100 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 50 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 40 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 60 %
			Zertifikat gültig bis 01.06.2024	BILANZSUMME: 568

Mit diesem Zertifikat wird die Peerevaluation des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Zertifikat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. ZertifikatID: g55c1
 Nähere Informationen zur Matrix und dem Peersystem finden Sie auf www.ecogood.org

Hamburg, 29.05.2022

Bridget Knapper and Manfred Jotter / Executive Directors
International Federation for the Economy for the Common Good e.V., VR 24207

**INTERNATIONAL
FEDERATION**
 for the Economy for the Common Good e.V.

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

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

Da ich mich bereits seit ca. 7 Jahren mit der GWÖ beschäftige und in vielen Bereichen einen bewussten Lebensstil pflege, ist eine Nähe zu den Fragestellungen auch im Berichtszeitraum immer präsent gewesen. Eine Evaluierung im Sinne der GWÖ-Kriterien zu Menschenwürde bei den Zulieferern ist immer noch schwierig (unten Aufgelistetes wurde im Zuge der Bilanzerstellung recherchiert).

Zu berücksichtigen sind:

2019	Lieferant	Dienstleistung	Summe	%	Nachhaltigkeitsberichte,Zertifizierungen
01	Feldkamp & Partner	Steuerberatung	1830,95	27,06	Seit 17 Jahren persönlich bekannt, gute Mitarbeiterführung, suffiziente Zusammenarbeit, faire Presigestaltung
02	Isabella Klien & Roland Wiedemeyer	Fortbildung Lernweg,	1541,90	22,79	Beide GWÖ-Bilanziert
03	Diverse	Diesel	1103,66	16,31	
04	GEZ	Miete Container	1090,00	16,11	
05	Finanzamt	Umsatzsteuer	809,51	11,96	
06	VHV	Autoversicherung	429,13	6,34	
07	Bund	KFZ-Steuer	238,00	3,51	
08	Provinzial	Haftpflcht	221,07	3,26	 Deutscher NACHHALTIGKEITS Kodex
09	GWÖ Deutschland	Sommerwoche	201,00	2,97	GWÖ
10	GLS Bank	Geschäftskonto	233,84	3,45	https://www.gls.de/privatkunden/gls-bank/gls-nachhaltigkeit/
11	Dt. Bahn	Fahrkarten	156,80	2,32	Öffentl. Nahverkehr
	Gesamt		6.765,86		

Zu berücksichtigen sind:

2020	Lieferant	Dienstleistung	Summe	In%	Nachhaltigkeitsberichte,Zertifizierungen
01	Theos Consulting	Homepage	5709,50	29,09	Pers. bekannte Werthehaltung https://www.theos-consulting.de/integrale-webgestaltung/
02	Finanzamt	U-Steuer	4015,05	20,46	
03	All in one spirit	Fortbildung: Projektschmiede, AoH, Dyn Facilitation	2673,72	13,62	Fortbildung f. GWÖ-Projekte, Pers. bekannte Werthehaltung, https://www.all-in-one-spirit.de/angebot
04	Autowerkstatt	Inspekt. + 2 x Reifen	1773,63	9,03	Seit 28 Jahren KFZ-Partner, vertrauensvolles Miteinander, macht nur die Arbeiten, die wirklich sein müssen, faire Preisgestaltung
05	GEZ	Miete Container	1308,00	6,66	
06	B.O.C.-BIKE	E-Bike	1184,90	6,04	
07	Feldkamp & Partner	Steuerberatung	974,04	4,96	Seit 17 Jahren persönlich bekannt, gute Mitarbeiterführung, suffiziente Zusammenarbeit, faire Preisgestaltung
08	diverse	Diesel	928,84	4,73	
09	Digital River	Laptop	816,05	4,15	
10	Walchner	Peerevaluation	360,00	1,83	GWÖ zert
11	GLS Bank	Geschäftskonto	180,41	0,92	https://www.gls.de/privatkunden/gls-bank/gls-nachhaltigkeit/
	Gesamt		19624,14		

Zu berücksichtigen sind:

2021	Lieferant	Dienstleistung	Summe	in %	Nachhaltigkeitsberichte,Zertifizierungen
01	Feldkamp & Partner	Steuerberatung	2338,47	37,79	Seit 17 Jahren persönlich bekannt gute Mitarbeiterführung, suffiziente Zusammenarbeit, faire Preisgestaltung
02	Finanzamt	Steuern	1070,68	17,31	
03	diverse	Diesel	568,55	9,18	
04	All in one Spirit	Dyn. facilitation	515,42	8,33	Fortbildung f. GWÖ-Projekte, Pers. bekannte Werthehaltung, https://www.all-in-one-spirit.de/angebot
05	Steinbeiß-TZ	GWÖ-Buch	364,00	5,88	GWÖ-Bilanziert
06	friday	KFZ-Versicherung	361,70	5,85	

07	All in one spirit	Worldcafe	348,08	5,62	Fortbildung für GWÖ-Projekte, Pers. bekannte Wertehaltung, https://www.all-in-one-spirit.de/angebot
08	GWÖ	Beraterpauschale	200,00	3,23	GWÖ
09	GLS Bank	Geschäftskon1t	187,05	3,02	https://www.gls.de/privatkunden/gls-bank/gls-nachhaltigkeit/
09	GWÖ	Beraterabgabe	150,00	2,42	GWÖ
11	Memo		82,74	1,33	https://www.memoworld.de/verantwortung/memo-nachhaltigkeitsbericht/
	Gesamt		6186,96		

- Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette evaluiert?
- Wie wird geprüft, ob Verstöße gegen die Menschenwürde bei den Lieferant*innen vorliegen?
- Wie wird auf Lieferant*innen eingewirkt, um die Menschenwürde gegenüber ihren Berührungsgruppen stärker zu leben?

Eine Evaluierung im Sinne der GWÖ-Kriterien zu Menschenwürde bei den Zulieferern ist immer noch schwierig. Pandemiebedingt sind die Gespräche mit Lieferanten im Berichtszeitraum nicht intensiviert worden. Unser ursprüngliches Ziel, eine Lieferantenbefragung durchzuführen, habe ich nicht umgesetzt. Jedoch habe ich in 2021 im Rahmen einer Fortbildung mit einer GWÖ-Kollegin und einem GWÖ-Auditor einen Fragebogen für eine stufenweise Befragung erarbeitet, der dann auch umfassend im GWÖ-Kontext eingesetzt werden könnte.

Dieser Fragebogen wird derzeit im Rahmen einer Studienarbeit weiter verfeinert und kann dann eingesetzt werden, u.zw. zur solidarischen Nutzung aller Kolleg*innen.

Viele meiner Lieferanten sind persönlich bekannt und es bestehen sehr langjährigen Geschäftsverbindungen. In regelmäßigen Gesprächen sind die mir seit Jahrzehnten wichtigen Themen immer im Austausch. Ich habe einen persönlichen Eindruck, wie das kollegiale Miteinander einzuschätzen ist.

Einige andere Lieferant*innen haben bereits Nachhaltigkeitsberichte vorzuweisen oder sind GWÖ-bilanziert.

Im Bereich Versicherungen, Diesel und staatl. Partner habe ich keinen Einblick dazu.

- Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?
Die Zertifikate sind – soweit vorhanden – in der Tabelle vermerkt.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der zugekauften Produkte/Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen in Tabellenform
- Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden

2019	65,36 % (mit Finanzamt 77,32 %)
2020	59,45 % (mit Finanzamt 76,76)
2021	67,62 % (mit Finanzamt 84,93%)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Ich habe mit Kolleg*innen einen Teil eines Lieferantenfragebogen entwickelt. Es wurde deutlich bewusster eingekauft, ökologische Aspekte berücksichtigt und insgesamt ein deutlicher Konsumwandel vollzogen(weniger und wertiger).

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Zukünftig werde ich ethische Richtlinien und die Achtung der Menschenwürde in der Auswahl meiner zu erwerbenden Produkte noch mehr berücksichtigen, z.B. Zulieferer auf schriftlichem Weg danach befragen.

Negativ-Aspekt A1.2 Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche Bereiche der Zulieferkette weisen eine besondere Gefährdung der Menschenwürde auf?
- Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren und zu vermeiden?

Es kann bestätigt werden, dass nach unserem Kenntnisstand bei den wesentlichen Lieferant*innen die Menschenwürde in der Zulieferkette nicht verletzt wird. Sollte ich Kenntnis erlangen, würde ich sofort den Anbieter wechseln.

Dies habe ich Ende 2021 bei meiner Autoversicherung getan. Sie arbeitet unseriös bis illegal in Vertragsabschluß und Durchführung. Sie verletzt die Menschenwürde bei mir als Kundin und auch bei Mitarbeitern in mehrfacher Weise.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen

Berichtsfragen

- Wie wird für faire und solidarische Geschäftsbeziehungen mit direkten Lieferant*innen gesorgt, insbesondere durch Ausgestaltung der Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen sowie im operativen Tagesgeschäft?
- Wie zufrieden sind die Lieferant*innen mit den Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen?
- Mit welchen Maßnahmen wird dazu beigetragen, dass die Lieferant*innen über einen fairen Anteil an der Wertschöpfung verfügen?

Als Einzelunternehmen habe ich im Regelfall keine Preisgestaltungsmöglichkeit. Gespräche finden statt bei meiner Steuerberaterin, den persönlich bekannten Lieferant*innen vertraue ich und weiß, ich könnte jederzeit auf Preisaspekte ansprechen.

Nach meinem Kenntnisstand wird bei allen wesentlichen Lieferant*innen über dem Mindestlohn bezahlt. Mir sind keine ethisch bedenklichen Verhaltensweisen bekannt. Meine Geschäfts- und Vertragsbeziehung erhalte ich nach Möglichkeit dauerhaft. Durch gelegentlich

Gespräche mit meinen Partnern, erhalte ich Informationen und versuche, ein zunehmendes Bewusstsein für GWÖ-Sichtweisen einzubringen. Meine Lieferant*Innen wissen von meiner nachhaltigen Ausrichtung. Ich möchte für meine Lieferant*innen eine zuverlässige Kundin sein, die an langfristigen Beziehungen interessiert ist. Dies kommuniziere ich und bezahle alle Rechnungen binnen 3 Tagen.

Verpflichtende Indikatoren

- Durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehung zu Lieferant*innen
Autowerkstatt 28 Jahre
Steuerberatung 17 Jahre
GLS Bank Mitglied 10 Jahre
All in one spirit: 5 Jahre

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Bei jeder Beschaffung achte ich inzwischen auf GWÖ- Kriterien.

A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche Strategien verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?
- Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?
- Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Als EPU habe ich kaum Möglichkeiten Lieferant*innen zu beeinflussen in Sachen Solidarität und Gerechtigkeit – ich kann es aber vorleben und durch die Art meiner Kommunikation Impulse einbringen. Dies tue ich, wann immer es möglich ist. Bewusst geschehen ist das bei der GLS Bank, meiner Steuerberaterin, meinem Weiterbildungsanbieter und meiner Autowerkstatt.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt
Außer der GWÖ-Bilanz war mir bisher kein Label bekannt, das diese Werte konkret hinterfragt. Derzeit tut sich in einigen Bereichen etwas. Aufgrund der langen Geschäftsbeziehungen und persönlichen Begegnung, kann ich auch ohne Siegel hierzu positive Aussagen treffen.
- Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden
Bisher wurde das nicht explizit thematisiert. Geschätzt kann ich das für 40-50 % bestätigen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Meinen Dienstleistern im Bereich Energie, Versicherungen und Telekommunikation werde ich zukünftig Anfragen zukommen lassen und mich verstärkt nach nachhaltigeren, idealerweise gemeinwohlabilanzierten Alternativen umsehen.

Negativ-Aspekt A2.3 Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Ich bestätige, dass Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette nicht verletzt werden sowie die Marktmacht bei den wesentlichen Lieferant*innen nicht ausgenutzt wird.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche und wie viele Rohstoffe und Materialien werden in der Produktion angewendet?
- Welche Art von Energie, Material und welche Technologien werden in der Produktion eingesetzt?
- Nach welchen Kriterien werden Rohware, Produkte und Dienstleistungen ausgewählt?
- Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?
- Welche schädlichen Umweltauswirkungen gibt es in der Zulieferkette bzw. bei zugekauften Produkten?
- Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen berücksichtigt?
- Durch welche Maßnahmen wird eine Reduktion der Umweltauswirkungen bei den direkten Lieferant*innen und in der gesamten Zulieferkette erreicht?
- Welche Unterschiede gibt es zum Mitbewerb hinsichtlich ökologischem Einkauf?

Soweit möglich, achte ich privat und beruflich bei allen Einkaufsentscheidungen auf ökologische Nachhaltigkeit. Dies ist bei bestimmten Produkten einfach z.B. durch ausgewiesene Öko-Labels oder Bio-Labels. Bei der Auswahl im Fortbildungsbereich oder zu Kooperationen beachte ich Qualität und stimmige Haltung des Anbieters, sowie regionale Möglichkeiten.

Regional(nächstes Dorf) habe ich z.B. einen Ort für Besprechungen und Seminare ausgewählt, u.zw. eine Suchthilfeeinrichtung und Lebensgemeinschaft mit ganz besonderem Konzept, gleichzeitig gemeinwohlabilanzierter Demeterbetrieb, Seminarscheune und Brasserie. Hier haben wir z.B. auch die Verköstigung zur Testatsübergabe mit Bischöfin gekauft.

Eine große Veränderung habe ich herbeigeführt, weil ich meinen Konsum nochmals deutlich eingeschränkt habe. Ein Laptop habe ich in 2020 gekauft. Mein Smartphone nutze ich immer

noch(5 Jahre), neues Mobiliar habe ich nach dem Umzug nicht gekauft, aber noch einige meiner Büromöbel für das Ahrtal gespendet.

Unterschiede zu den Mitbewerbern hinsichtlich ökologischem Einkauf sind nicht im Detail bekannt, aber auffällig wahrnehmbar(außer meinen GWÖ-Kolle*innen).

Meine Wohnung wird seit 2021 von einer PV-Anlage mit Strom versorgt.

Sehr weit entwickelt hat sich bei mir die grundlegende Frage: „soll ich den Kauf überhaupt tätigen?“. Ich habe in den letzten Jahren viele Kaufimpulse nicht vollzogen und mich gut dabei gefühlt.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind

2019	40 %
2020	55 %
2021	65 %

- Anteil der Lieferant*innen, die zur Reduktion ökologischer Auswirkungen beitragen nicht erfasst

Verbesserungspotenziale/Ziele:

In der Zulieferkette führe ich zukünftig gezielt Gespräche, bzw. stelle Fragen zum Thema, um in allen Bereichen Anregungen zu geben, für die nächsten Jahre zu mehr Transparenz zu gelangen

Negativ-Aspekt A3.2 Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche Lieferant*innen bzw. Produkte der Zulieferkette weisen besonders hohe schädliche Umweltauswirkungen auf?
- Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren?
Negative Umweltauswirkungen hinterlasse ich auf jeden Fall durch meine Mobilität mit meinem Auto(VW Beetle, BJ 2013, Diesel). Allerdings habe ich in den letzten 4 Jahren meine Fahrleistung von 35.000 km auf 7000 km in 2021 reduziert – und dies nicht nur wegen Corona.
Da wir keine Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel haben, mit denen ich meine Kunden auch in west-/östlicher Richtung in vertretbarer Zeit erreichen kann, bin ich auf ein Auto angewiesen.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen

Berichtsfragen

- Welche Informationen werden in welchem Umfang Lieferant*innen zur Verfügung gestellt?
Wie und in welchem Umfang wird Lieferant*innen in relevanten Situationen und Bereichen Mitentscheidung ermöglicht?
- Wie zufrieden sind Lieferant*innen mit der Informationspolitik und den Mitentscheidungsrechten des Unternehmens?

Ich habe kaum Möglichkeiten mein Einkaufsverhalten gegenüber meinen Lieferanten zu kommunizieren. Bei direkter Kommunikation oder Kundenbefragungen nutze ich jede Gelegenheit, um ökosoziale Themen anzusprechen.

In meine langjährigen Geschäftsbeziehungen hat sich ein vertrauensvolles Miteinander aufgebaut. Rückschlüsse auf die Zufriedenheit meiner Lieferant*innen zum Transparenz und Mitentscheidung kann ich z.B. daraus ziehen, dass ich in meiner Werkstatt jederzeit einen Termin eingeräumt bekomme, auch sehr kurzfristig. Auch bei meiner Steuerberaterin gibt es regelmäßig vertrauensvolle Gespräche und ich bekomme auf jede Frage kurzfristig Antwort. In diesem Jahr habe ich zum ersten Mal konkret nach Nachhaltigkeitsaktivitäten gefragt – da ist noch Potential.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Durch meine zahlreichen Vorträge werden immer mehr Menschen auf unsere Themen aufmerksam, darunter auch Lieferant*innen. Es entstehen sehr kreative Gespräche.

A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche Strategie verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?
- Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander?
- Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Mit nur sehr wenigen Lieferant*innen habe ich bei Transparenz und Mitentscheidung eine Möglichkeit Einblick zu nehmen oder zu geben – fast nie in beide Richtungen. Positive Erfahrung gemacht habe ich in geringem Maß meiner Autowerkstatt, mit meiner

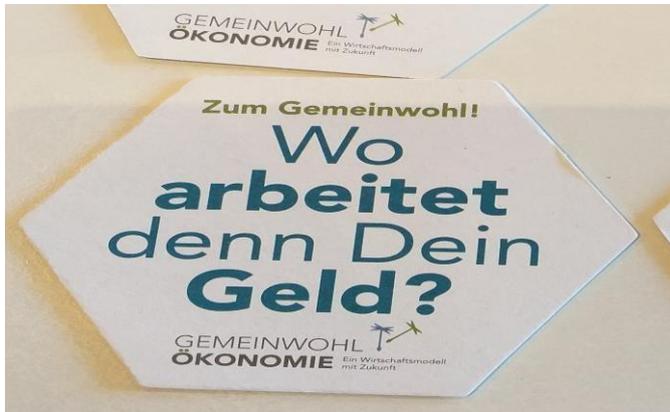
Steuerberaterin und die GLS Bank vermittelt mir den Eindruck, Ihr Geschäftsmodell transparent zu gestalten.

Wann immer es möglich ist, suche ich das Gespräch zu dieser Thematik.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt
0 %
- Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden
10 %

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln



B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

Berichtsfragen

- Wie kann eine ausreichende Risikodeckung durch Eigenmittel gesichert werden?
- Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmittel wurden in Betracht gezogen?

Der Geschäftsaufbau wurde und wird auch weiterhin zu 100% aus Eigenmitteln finanziert. Die Geschäftsfelder sind Coaching/Sparring von Führungskräften und Unternehmern, Seminare, Organisationsentwicklung und die Begleitung von Organisationen bei der Erstellung einer GWÖ-Bilanz und deren Umsetzung. Ab März 2020 fielen alle Vorbuchungen und Aufträge weg. Ich habe Coronahilfe erhalten. Ich konnte meine Lebenshaltungskosten mit dieser Unterstützung und der guten Ertragslage Januar bis März 2020 finanzieren. Mein Ziel des Konsumfastens hat das unterstützt. Trotz wechselnder Pandemieintensität konnte ich mein Einkommen wieder stabilisieren.

Verpflichtende Indikatoren

- Eigenkapitalanteil 100 %
- Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche 33,1 %

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Ich möchte meine Altersversorgung ausweiten.

Die Auftragslage für 2022 ist sehr gut. Ich möchte mich mit grünem Investment oder Anlagemöglichkeiten beschäftigen.

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

Berichtsfragen

Welche Form und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/oder über Ethikbanken können umgesetzt werden bzw. sind relevant?

Ich benötige keine Fremdmittel. Laufende Kosten und notwendige Investitionen können aus Einnahmen gedeckt werden.

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

Es bestehen keine Kredite

Verpflichtende Indikatoren

Fremdkapitalanteil (%-Anteil Fremdkapital) 0 %

Soforthilfe und Neustarthilfe sind Zuschüsse und zählen nicht zum Fremdkapital, sondern zu Finanzierung und steuerlich zum Einkommen. Wie gemeinwohlorientiert sind die Coronahilfen zu beurteilen?

- Finanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart (in Tsd. EUR)
Im Berichtszeitraum gab Fremdfinanzierung in Form von Coronahilfe (10.000,-€) und Neustarthilfe(3.865,18 €).

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Weitere Zusammenarbeit mit der GLS Bank

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Altersversorgung ausweiten, sowie Gewinne zukünftig auch zur Unterstützung oder Aufbau nachhaltiger Unternehmen einsetzen

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen

Berichtsfragen

- Welche Finanzpartner*innen hat das Unternehmen? GLS Bank, Bochum
- Wie sind die Finanzpartner*innen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten?

Als Finanzpartner für mein Geschäftskonto habe ich bewusst die GLS Bank gewählt, die ethisch-nachhaltig arbeitet. Als Mitglied der GLS Bank habe ich die Möglichkeit

mitzugestalten und Zahlen einzusehen. So wurde eine 2017 beantragte Plattform für GWÖ-Mitglieder auf den Weg gebracht. Weiteres siehe hier: [https://www.gls.de/privatkunden/faq/ueber-die-gls-bank-und-ihre-arbeit/was-
heissttransparenz-fuer-die-gls-bank/](https://www.gls.de/privatkunden/faq/ueber-die-gls-bank-und-ihre-arbeit/was-heissttransparenz-fuer-die-gls-bank/)

Verpflichtende Indikatoren

Mein Finanzpartner ist seit vielen Jahren die GLS Bank

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Ich beteilige, wann immer möglich, mich an Angeboten, Fortbildungen, Mitgliederversammlungen der GLS Bank

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Angebote wahrnehmen im Bereich Geld/Finanzsystem um Zusammenhänge noch besser zu verstehen und erweiterte Möglichkeiten ins Auge fassen/Alternativen durchdenken, Z.B. Zeitkonto, regionale Möglichkeiten, usw.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

Berichtsfragen

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

Meine Zukunftsausgaben umfassen folgende Aspekte:

- Anfallende Steuern und Sozialabgaben
- Instandhaltung Auto und Bürogegenstände
- Kosten Steuerberatung
- Weiterbildung: GWÖ-Fortbildungen, Sommerwoche GWÖ, Art of Hosting, Bürgerrat moderieren
- Weiterer Aufbau meiner Altersversorgung

Der Bedarf wird durch laufende Einnahmen gestaltet.

Ab 2022 will ich wieder durch jährliche Rücklagen etwas für meine Altersversorgung tun.

	Betrag	
2019	360,00 €	GWÖ-Audit
2019	1420,00 €	Lernweg und Sommerwoche
2020	2318,74 €	Fortbildungen: dynamic facilitation, Art of Hosting
2020	816,05 €	Laptop
2020	5709, €52	Neue Homepage
2021	330,- €	Bewegungsabgabe GWÖ 2021
2021	1581,63 €	Fortbildungen: dynamic facilitation, syst. Aufstellungen, Art of Hosting

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

Meine Erwartungen an Kapitalerträge resultieren aus meinen ethischen Werten und denen der GWÖ. Neben dem Anspruch, meine Lebenshaltungskosten und alle laufenden Ausgaben für Versicherungen, Steuern usw. leisten zu können, gilt mein Augenmerk dann der weiteren Absicherung meiner Altersversorgung.

- Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit (in Tsd. EUR)
- Gesamtbedarf Zukunftsausgaben (in Tsd. EUR) laufende Kosten s.o.
- Getätigter strategischer Aufwand (in Tsd. EUR) **-/-**
- Anlagenzugänge (in Tsd. EUR) **./.**
- Zuführung zur Rücklage (in Tsd. EUR) **./.**
- Auszuschüttende Kapitalerträge (in Tsd. EUR, in % vom Stamm- oder Grundkapital) **./.**

	2019	2020	2021
Mittelüberschuss	1946,00 €	13.654,00	10.050,10

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Im Berichtszeitraum ist es mir gelungen, den völlig fremden Herausforderungen der Pandemie im Hinblick auf meine finanziellen Möglichkeiten zu begegnen. Mein Ziel einer starken Konsumeinschränkung hat dies wirkungsvoll unterstützt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Meine Altersvorsorge weiter ausweiten, da ich eine geringe Rente erhalten werde.
- Weiterbildung: GWÖ-Fortbildungen, Sommerwoche GWÖ, Art of Hosting, Bürgerrat moderieren
- Zukunftsausgaben klarer strukturieren

Negativ-Aspekt B2.2 Unfaire Verteilung von Geldmittel

Ist für mein Unternehmen nicht zutreffend – alle meine Geldmittel werden fair eingesetzt.

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen

Für mein Dienstleistungsunternehmen gab es in den Berichtsjahren folgende Investitionen/ Sanierungsbedarf, die sich auch in den Folgejahren fortsetzen:

- Instandhaltung Auto (Inspektion und Reifen) und Bürobedarf (Zoom-Account, Drucker überprüft, Unterstützung Einstellungen Telefonanlage, Domainkosten, Erstellung Blogs und Signatur)

Weitere Sanierungen und Investitionen sind derzeit nicht geplant.

Verpflichtende Indikatoren

- Investitionsplan inkl. ökologischer Sanierungsbedarf (in Tsd. EUR)
- Realisierung der ökologischen Sanierung (in Tsd. EUR und %-Angaben)

Einen Investitions-Plan konnte ich weder im Jahr nach meinem Umzug machen und schon gar nicht in der Pandemie.

Die getätigten Investitionen wurden kurzfristig entschieden, wenn die finanzielle Situation dies ermöglichte. Für planbare Investitionen wie Steuern, Versicherungen oder Inspektionen wird immer vorher Geld eingeplant und zurückgelegt.

Im kommenden Jahr werden wieder Rücklagen gebildet, die für plötzlich auftretende Ersatz- oder Reparatur-Herausforderungen zur Verfügung stehen. Bei meinen Investitionen werde ich jeweils Kriterien für eine Verbesserung des sozialen und ökologischen Stands berücksichtigen.

Verbesserungspotenziale/Ziele: Sobald die Gewinne den persönlich notwendigen Entnahmebedarf übersteigen, möchte ich gewinnabhängig sozial-ökologische Projekte z.B. über das GLS Crowdfunding mitfinanzieren.

B3.2 Gemeinwohlorientierte Geldanlagen

Berichtsfragen

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

Monatliche Beteiligung an „Mein Grundeinkommen“ (Crowdhörnchen), in 2020 ein Crowdfundingbeitrag für das neue Buch von Alexander Schiebel (Wunder von Mals), sowie 2021 über betterplace eine Spende für eine Innentür des OTEPIC-Projektes für das Seminarhaus. <https://www.otepic.org/de/2020/12/05/60-tueren-gegen-den-hunger/>

- Woher werden Informationen über die erwarteten sozial-ökologischen Wirkungen der Projekte oder angebotenen Nachhaltigkeitsfonds bezogen?

Bei „Mein Grundeinkommen“ erfahre ich regelmäßig etwas über den Newsletter, Alexander berichtet in den sozialen Medien und mit dem Gründer des OTEPIC-Projekts Philip Munyasia besteht eine persönliche Verbindung. Er berichtet auf seinen jährlichen Besuchen über das Projekt und ich organisiere für ihn Vortragsorte, wie z.B. Weltladen Marburg und Universität Münster. Das Projekt wurde in 2018 vorgeschlagen für den alternativen Nobelpreis.

Auf den Vortragsreisen wird für den Weiterbau eines Seminarhauses gesammelt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Sobald sich die Ertragssituation normalisiert, werde ich weitere sozial-ökologische Projekte z.B. über das GLS Crowdfunding mitfinanzieren.

B4 Eigentum und Mitentscheidung

Für EPU ist das Thema B4 nicht zutreffend

B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

Ich bin zu 100% Eigentümerin und hafte unbeschränkt. Alle Entscheidungen verantworte ich ebenfalls allein. Derzeit ist keine Ausweitung im Bereich der Mitarbeitenden (Einstellungen) und in der Eigentümerstruktur geplant.

Verpflichtende Indikatoren

Verteilung des Eigenkapitals: (Eigenkapitalstruktur in %, jeweils von 0 bis 100 %)

- Unternehmer*innen **100 %**
- Führungskräfte -
- Mitarbeiter*innen -
- Kund*innen -
- Lieferant*innen -
- weiteres Umfeld -
- nicht mittätige Kapitalinvestor*innen -

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur

Berichtsfragen

- Welche Maßnahmen und Prozesse für eine mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur wurden bereits installiert?

Mitarbeiter habe ich nicht. Da Firmenkultur/Gesunde Führung über lange Jahre Themen meiner Arbeitsangebote sind, war mir von Beginn an ein Anliegen, das vorzuleben, was ich anderen empfehle. Dazu gehört für mich, Wertschätzung und Respekt für meine Mit-Welt, Formen von Achtsamkeit in meinen Alltag zu integrieren.

Wie wird mit Fehlern und Konflikten im Unternehmen umgegangen?

Meine Arbeit zu reflektieren ist mir wichtig und durch die Gespräche mit meinen Kunden versuche ich aufmerksam zu sein, was gut ankommt/wirkt, oder was nicht so gut. Ich mag sehr gern Neues/Leuchtturmprojekte zu gestalten. Da lass ich mich immer wieder sogar bewusst auf völlig Unbekanntes ein und ebenso auf Scheitern/Fehler, Z.B. in folgenden Projekten:

- Symposium „Neue Schulen, neue Wirtschaft – miteinander Zukunft gestalten“
- Schulprojekt „Entspannte selbstwirksame Schule“(über 5 Jahre)
- Entwicklung eigener Produkte: Schlaf-gut-Training, JAZUMI®, Amygdala-Balance.

- **Wie werden Selbstorganisation und Eigenverantwortung gefördert?**
Vor 16 Jahren habe ich begonnen JAZUMI® zu entwickeln. JAZUMI® bedeutet: Ich sage JA zu MIR. D.h. Verantwortung für sich zu übernehmen und selbstbestimmt das Leben zu gestalten.
Stärken zu stärken – zunächst bei sich selbst und dann im Außen.
Selbstverantwortung ist Kernthema meiner Arbeit seit 2004.
Das Thema Firmenkultur ist schon mind. 12 Jahre ein Kernaspekt meiner Arbeit als Organisationsentwicklerin und Beraterin. Seit 2012 bin ich in New Work Netzwerken aktiv und habe als Beispiel das hierarchiefreie Unternehmen „Buurtzorg“ nach Deutschland geholt und 3 andere in solcher Weise mit aufgebaut.

Verpflichtende Indikatoren

- **Anzahl und Regelmäßigkeit an Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur**, da EPU Als einzige Mitarbeiterin überprüfe ich dennoch regelmäßig für mich, wie zufrieden ich mit meinem Schaffen und Wirken bin. Dies ist meine „inner work“, eine inzwischen sehr erprobte „Erhebung“.
- **Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro Mitarbeitendem bzw. nach Führungsebene**

Mehrfach im Jahr nehme ich an Fort- oder Weiterbildungen statt.

2019	Dynamic facilitation, Open space,
2020	Dynamic facilitation online(3 Tage), World Cafe(2 Tage), GfK(1,5 Tage)
2021	Dynamic facilitation(3 Tage), Art of hosting(1 Tag), Projektschmiede(0,5 Tage)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Im Berichtszeitraum gab es weiterhin zahlreiche Online-Angebote, z.T. gratis, z.T. gegen Honorar. Hier gab es bei meiner Auswahl einen Schwerpunkt Richtung Nachhaltigkeit, spirituelle Angebote/Persönlichkeitsentwicklung und Gemeinwohloökonomie.

Außerdem entwickle ich mich fachlich und persönlich fast täglich weiter, durch ein breit gestreutes Interesse und inspirierendes Umfeld.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Ich bin sehr zufrieden und gleichzeitig neugierig und aufmerksam und offen für Neues. Eine gezielte Veränderung strebe ich derzeit nicht an.

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Berichtsfragen

- **Welche Maßnahmen wurden zur betrieblichen Gesundheitsförderung und zum Arbeitsschutz umgesetzt und wie werden sie evaluiert?**
Von großem Wert ist für mich meine Möglichkeit, meinen Tagesablauf „(menschen-)artgerecht“ zu gestalten und somit menschenwürdig. Dazu gehört ein gutes Mass an

Zeit für mein soziales Umfeld, die Natur und mehreren kleinen Pausen über den Tag verteilt, bzw. mein JAZUMI®-Training. Eine deutliche Steigerung meiner Gesundheit hat meine eigene Methode JAZUMI® erbracht – dies kann ich seit 8 Jahren durch wissenschaftlich fundierte Messungen abbilden (Mesana 48-Std-Messung, <http://www.gerlinde-lamberty.de/mesana-der-48-stunden-checkup/>), sowie in den frühen Jahren vereinfachte Messverfahren wie den Stresspiloten und das vor 16 Jahren entwickelte Schlaf-gut-Training, auf das ich bei Bedarf in jeder Lebenssituation zurückgreifen kann und von der Wirkung profitieren.

Siehe hierzu auch:

- Referenzen Homepage: <http://www.gerlinde-lamberty.de/feedback/>
- Evaluation „Besser schlafen und leichterer Umgang mit belastenden Situationen“

- Von welchen gesundheitlichen Herausforderungen bzw. Schädigungen könnten die Mitarbeitenden betroffen sein und welche Maßnahmen werden zum Schutz getroffen?

Insbesondere in der Pandemiezeit gab es phasenweise zu hohem Medienkonsum und dadurch zu wenig Ruhemomente für das Gehirn. Ich habe diese Phasen bemerkt, u.a. daran, dass es mir schwerer fällt, Bücher zu lesen.

Aufgrund meiner jahrzehntelangen schwerpunktmäßigen Ausrichtung in dieser Thematik steht mir ein breites Spektrum von Massnahmen/Methoden zur Verfügung, die ich für mich jederzeit einsetzen und nutzen kann und ebenso im Kollegen- oder Kundenkreis weitergeben kann. Ich habe noch gezielter darauf geachtet, regelmäßig Zeit in der Natur zu verbringen oder habe im Tagesverlauf immer wieder Sequenzen im Garten verbracht – mit Gemüseanbau oder faulenzten.

Die Bewegungseinschränkung nach meinem Sturz im Dezember 2020 wird langsam besser. Allerdings habe ich langfristig die Aufgabe, meine Beweglichkeit langsam wieder zu steigern.

Verpflichtende Indikatoren

- Gesundheits-/Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung); Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen 3 Tage
- Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle keine

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Im Bereich Ernährung ist mir im Berichtszeitraum gelungen, den Fleischkonsum weiter zu reduzieren, mehr Wildkräuter zu essen und durch den Erwerb einer Getreidemühle hochwertige Getreide, Hülsenfrüchte usw frisch für meine Ernährung frisch zuzubereiten.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Ich möchte im nächsten Jahr verstärkt darauf achten, die Medienfreie Zeit einzuhalten.

C1.3 Diversität und Chancengleichheit

Dieser Bereich hat für mich keine Relevanz, da EPU

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

Berichtsfragen

Wie wird erbrachte Leistung in der Organisation abgegolten und wie transparent sind die zugrundeliegenden Konditionen?

Es gibt eine monatliche Summe von 1500 Euro als Privatentnahme, damit ist ein „lebenswürdiger Verdienst“ gewährleistet. Größere Summen werden bei Bedarf mit der finanziellen Situation des Unternehmens abgeglichen und nur entnommen, wenn die Eigenkapitalstabilität nicht gefährdet wird.

Besonderheit in 2020 und 2021 war das Wegfallen aller Aufträge durch die Pandemie. Hier konnte Coronahilfe in Anspruch genommen werden und als Privatperson gab es ALG II-Unterstützung. Dies wurde in 2021 schrittweise abgebaut und es konnten wieder eigene Einnahmen erwirtschaftet werden.

- Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster „lebenswürdiger Verdienst“ zusteht? In der Pandemiezeit und dem Wegbrechen meiner Aufträge konnte ich meinen Lebensunterhalt durch den Erhalt ALG II bestreiten.
- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen?
Ich habe allein alle Entscheidungen zu treffen.

Verpflichtende Indikatoren

Höchst- und Mindestverdienst (*innerbetriebliche Spreizung*)

Nicht relevant, da EPU

Medianverdienst Nicht relevant, da EPU

Standortabhängiger „lebenswürdiger Verdienst“ (für alle Betriebsstandorte)

In Deutschland beträgt dieser Wert 1.235,00 EUR/Monat

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Nach meiner 1. GWÖ-Bilanz habe ich im Januar 2020 einen Arbeitsvertrag mit mir selbst unterschrieben. (Anlage) Hierdurch entsteht nochmal ein bewussterer Umgang mit meiner Selbständigkeit und meiner Zeit.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Mein Ziel für 2022 ist es, trotz der Pandemie mich wieder vollständig unabhängig von staatlicher Unterstützung zu machen.

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

Berichtsfragen

- Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt?
- Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?
- Wie können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden?

Diese Fragen sind weiter unten beantwortet.

- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen?

Als Unternehmerin hab ich alle Möglichkeiten, selbstbestimmt meine Zeit zu gestalten. Dabei ist immer genügend Möglichkeit zur Gesellschaftlichen Teilhabe.

Verpflichtende Indikatoren

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

Die regelmäßige wöchentliche Arbeitszeit beträgt derzeit 28 Stunden. Beginn und Ende der täglichen Arbeitszeit richten sich nach den betrieblichen Anforderungen und sind variabel gestaltbar.

Aufgrund meiner früheren beruflichen Ausrichtung und Forschung achte ich stets darauf, genügend Pausen zu haben und diese bewusst regenerativ zu gestalten.(§ 3 Arbeitsvertrag)

Wenn es erforderlich ist, kann die Arbeitszeit flexibel an die Bedürfnisse der Organisation angepasst werden.

- Tatsächlich geleistete Überstunden keine

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Ich habe im Berichtszeitraum einen Arbeitsvertrag mit mir geschlossen und immer wieder abgeglichen, wie ich das Vereinbarte lebe und /oder ob der Vertrag erweitert werden soll. Das ist bisher nicht der Fall.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

In der Pandemiezeit habe ich sehr viel ehrenamtlich für die GWÖ gearbeitet. Hier möchte ich meine Stunden erfassen und auch begrenzen.

C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und Work-Life-Balance

Berichtsfragen

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

Da ich Einzelunternehmerin bin, gibt es hier nur meine persönliche Abstimmung mit mir. In 2020 habe ich mit mir selbst einen Arbeitsvertrag geschlossen(Anhang) Natürlich könnte ich jede Stunde tabellarisch erfassen. Da mir das zu aufwändig ist, sehe ich bisher davon ab und versuche Bürokratie aller Art zu begrenzen und meine sehr geschulte Wahrnehmung meiner langjährigen Kerntätigkeit als Indikator zu nutzen. Hierzu gestalte ich ein festes Ritual: Bevor ich die neue Woche plane, lasse ich die alte revuepassieren und habe dabei auch die Arbeitsstunden im Blick.

Meine JAZUMI®-Haltung beinhaltet ein selbstbestimmtes Leben, dass in der Regel keine Überstunden vorsieht. Zeitintensive Phasen werden immer gezielt ausgeglichen.

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

Berichtsfragen

- Welchen Wert legt das Unternehmen auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz und wie sieht das in der täglichen Praxis aus?
- Welche Angebote gibt es in der Kantine? Gibt es eine Küche/Kochmöglichkeit oder Belieferung (Catering z. B. direkt vom Bauernhof, Obstkorb)?

Bereits seit den 80er Jahren ernähre ich mich bewusst, jedoch ohne Doktrin. Ich baue selbst Gemüse an, koche täglich frisch und achte bei meinem Einkauf auf Herkunft und die Qualität der Produkte. Dabei bevorzuge ich anerkannte Biozertifikate, regionale Herkunft oder Solawi, was aber in meinem Umfeld deutlich erschwert ist. Obst und Gemüse mit langen Anfahrtswegen kaufe ich schon lange nicht mehr. Wenn immer möglich, bin ich plastikfrei und finde sinnvolle Alternativen. Fleisch esse ich höchstens noch 2 bis 3 Mal im Monat. Ich kaufe das bei einem Metzger vor Ort. Er hat eine Kooperation mit Bauern aus der Region, die auch namentlich benannt werden.

Über den Tag verteilt trinke ich mindestens 2 Liter Leitungswasser. Aus wachsendem Bewusstsein, vermeide ich Produkte, deren Hersteller fragwürdig erscheinen, z.B. bewusst seit 3 Jahren Nestle-Produkte(unbewusst schon länger), u.ä.

In 2021 habe ich wieder eine Getreidemühle erworben und kann sowohl Müsli, Nudeln als auch Brot und Kuchen aus Biogetreide verarbeiten.(Gehäuse der Mühle ist aus Nachwachsenden Rohstoffen "Arboblend" gefertigt)

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft

Meine Lebensmittel waren zu ca. 70 % .Hier sind meine Einkäufe gemeint. Dazu kommt mein selbst gezogenes Gemüse und Obst. Da mir wichtig ist, Zusatzstoffe zu vermeiden, produziere ich vieles selber, wie Pasta, Brot, Keimgetreide, Fruchtaufstrich, mache mein Gemüse haltbar (Fermentation, dörren, ...) Leider ist bei uns die Möglichkeit biologische Lebensmittel zu kaufen mit sehr langer Fahrzeit verbunden. Eine Gemüsebox habe ich ausprobiert, passt aber von der Menge nicht für mich als Einzelperson

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Fertigprodukte sind seit langen Jahren eine seltene Ausnahme. Für ca 700 % meiner Nahrungsmittel habe ich hochwertige ökologische Bezugsquellen gefunden.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Im Bereich Obst und Gemüse möchte ich mehr ökolog. Produkte kaufen und Bezugsquellen in meinem Umfeld entdecken oder mitgestalten.

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

Berichtsfragen

- Welche Verkehrsmittel benutzen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?
- Welche Möglichkeiten gibt es für Mitarbeitende, ihren Arbeitsweg umweltschonender zurückzulegen?
Da mein Arbeitsplatz in meiner Wohnung ist, habe ich 0 km Anreise und benötige nur meine Füße.
- Welche Anreize für umweltbewussteres Mobilitätsverhalten stellt das Unternehmen bereit – auch bei Dienstreisen?

Ich bin aufgrund meines ländlichen Wohnorts auf mein Auto (VW Beetle, Diesel, BJ 2013) angewiesen. Dieses Auto weiter zu nutzen ist derzeit die ökologischste Alternative.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Anreise mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß
Ich habe keine Möglichkeit, öffentliche Verkehrsmittel zu nutzen, mein E-Bike war nur zu wenigen Terminen im Rahmen der Kirchenbilanzierung im Einsatz und zu Teilnahme an öffentlichen Veranstaltungen im 800-Seelen-Dorf.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Das carsharing-Projekt hier im Dorf konnte ich leider nicht anwenden, da das Konzept nicht für mehrstündige Nutzung ausgelegt ist.

Meine km-Leistung habe ich weiter senken können. Ein Viertel davon ist privat:

2019: 18.500 km

2020: 12.430 km

2021: 7.900 km

Seit 10 Jahren habe ich keine Flugreise und Kreuzfahrt unternommen.

Als GWÖ-Beraterin konnte und kann ich aktiv beitragen, dass das Thema bewusster wahrgenommen und gestaltet wird.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Ich werde weiter beobachten, wann ich öffentliche Verkehrsmittel zu einzelnen Kunden nutzen kann

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung

Berichtsfragen

- Wie kann die Unternehmenskultur hinsichtlich ökologischer Aspekte beschrieben werden?

- Welche Rolle spielen ökologische Themen in Weiterbildungsangeboten und bei der Personalrekrutierung?
- Welche Sensibilisierungsmaßnahmen finden innerhalb dieses Rahmens statt?
- Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden (dies auch mit Blick auf die Anwendung im Privaten)?

Ökologische Aspekte haben in meiner Unternehmenskultur und in allen Arbeitsbereichen einen sehr hohen Stellenwert. Dies bezieht sich natürlich auf Verbrauchsgüter und Umgang mit unserer Umwelt, bei mir aber auch mit dem ökologischen Faktor „MENSCH“. Zu viele Menschen leben nicht artgerecht, sind hochgradig erschöpft und haben psychische Probleme.

Meine über 15-jährige Erfahrung in diesem Bereich sind sogar häufig ein Schlüssel für gelingende Änderung – wenn Menschen selbst wieder in einer ausgeglicheneren Verfassung sind, sind sie automatisch sensibler und offener für andere Themenfelder.

Ich selbst habe in den letzten Jahren sehr viele Fortbildungen und Informationsangebote wahrgenommen, um mich in ökologischen Themen weiter zu entwickeln. Z.B. bei den Kolleg*innen der Regionalgruppe Altkreis Wasserburg und den interessanten Themen in ihrem „virtuellen Gemeinwohl-Forum“.

Meinen Fußabdruck s. E 3

Verpflichtende Indikatoren

- Bekanntheitsgrad der Unternehmenspolitik zu ökologischem Verhalten in % **80 %**
- Akzeptanzgrad des ökologischen Betriebsangebots bei Mitarbeitenden in % **100 %**

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

In meiner Region habe ich

- für zwei Landkreise z.B. Vorträge organisiert(z.B. Einsatz effektiver Mikroorganismen in regenerativer Landwirtschaft)
- Exkursionen zu CO²-negativer Holzvergasungsanlage.
- als Expertin im Fachausschuß des Kreistags gesprochen zu „Gemeinwohlorientierte Landwirtschaft und neue Kriterien zu Flächenvergabe“
- 19 ehrenamtliche Vorträge . 1 bezahlten Vortrag

Bei jeder dieser Massnahmen lerne ich dazu und gleichzeitig trage ich es weiter nach außen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Die bereits geschilderten umgesetzten Massnahmen werden in der Weise fortgesetzt.

Negativ-Aspekt C3.4 Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Ich bestätige, dass im Unternehmen weder Verschwendung von Ressourcen gefördert noch unökologisches Verhalten geduldet wird

Mitentscheidung und Transparenz

C4 ist komplett nicht relevant, da EPU

C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden



D1 Ethische Kund*innenbeziehungen

D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen

Berichtsfragen

- **Wie werden neue Kund*innen gewonnen und wie Stammkund*innen betreut?**
Neue Kund*innen kommen über Netzwerke und Weiterempfehlung, aber auch über Kaltakquise, d.h. ich kontaktiere Kunden per Telefon oder bei unterschiedlichsten Zusammenkünften. Die Art dieses Kontaktes ist immer zurückhaltend und vordergründig geht es um Beziehungsaufbau. Aggressive Akquiseformen lehne ich ab.
Ich bleibe mit Kunden und neuen Kontakten zwanglos im Gespräch und daraus ist

schon oft im späteren Verlauf ein Auftrag entstanden.

Wenn ein Auftrag abgeschlossen ist, halte ich in längeren Abständen Kontakt - meist telefonisch. Hier ist mit den Kunden eine Vereinbarung vorausgegangen, dass sie über Neues auf dem Laufenden gehalten werden wollen.

Im Prozess der Bilanzierung sprechen wir immer über die Möglichkeit, eigenen Lieferant*innen von der GWÖ zu erzählen und sie evtl zu einem Vortrag einzuladen. Dies ermöglicht den Unternehmer*innen, langfristig zu denken um ihre Lieferkettenklarheit weiterzuentwickeln und ist ebenso eine Möglichkeit der Neukundengewinnung.

Gute Erfahrungen habe ich in Beziehung auf Neukunden, wenn meine Kunden einbezogen werden in Veranstaltungen, z.B. Vorträge.

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

Eine genaue Klärung des Kundenbedarfs und –mehrwerts hat Priorität vor starren Regeln. Der Kund*innennutzen steht immer im Vordergrund. Das Miteinander auf Augenhöhe ist gemeinsames Ziel. Dazu gehört für mich der vertrauensvolle Beziehungsaufbau und eine offene Kommunikation in der Auftragsklärung zu Inhalten, Vorgehensweise und Preisgestaltung. Im Verlauf ist mir wichtig, immer wieder in die Abstimmung zu gehen, ob wir noch auf dem gemeinsamen Weg sind und dabei auch in beiderseitigem Interesse rechtzeitige Korrekturen vorgenommen werden können. Die schriftliche Dokumentation von Auftragsklärung bis Abschluss ist für alle Beteiligte eine hilfreiche Unterstützung. Sie erfolgt bei all meinen Angeboten. Der Abschluss eines Projektes beinhaltet immer, dass auch der Mehrwert für den Kunden besprochen und dokumentiert wird.

- **In welcher Form werden ethische Aspekte bei der Werbung und im Verkaufsprozess berücksichtigt?**

Ich lebe die Werte der Gemeinwohlökonomie, so gut ich kann und auch meine christlichen Werte. Außerdem ist mein Umgang in Werbung und Verkauf immer so gestaltet, dass mein Angebot einen einladenden, gern auch begeisternden Charakter hat, aber immer Freiraum lässt für den Kunden, zu prüfen, ob etwas in Resonanz geht. Falls das nicht der Fall sein sollte, gelingt es meist, auch weiter in Kontakt zu bleiben. Meine Kunden schätzen es, sich nicht gedrängt zu fühlen.

Meinem Angebot zugrunde liegen die **Ethikleitlinien** meines Unternehmens:

<https://www.gerlinde-lamberty.de/ethikleitlinien/>

- **Wie wird auf Kund*innenwünsche und Reklamationen eingegangen und ein pragmatisches Vorgehen gesichert?**

Auch hier finden sich im Augenhöhe-Gespräch die besten Lösungen. Für mich ist wichtig, gut zuzuhören, sowie durch Impulse und Fragen zu konkretisieren. Die Kundenfeedbacks betonen immer wieder, dass sie sich in dieser Art des Miteinanders wertgeschätzt fühlen und kreativ bleiben für weitere Schritte.

Verpflichtende Indikatoren

- **Übersicht Budgets für Marketing, Verkauf, Werbung: Ausgaben für Maßnahmen bzw. Kampagnen**

Für diesen Bereich habe ich nur wenig investiert, da meine Arbeit sehr auf persönliche Kontaktpflege/Gespräche ausgelegt ist.

Jahr		Betrag
2019	Zertifizierung GWÖ-Beraterin	1210,00
2020	Zoom-Account	129,90
2020	Neue Homepage	5709,50
2020	Laptop	816,05
2021	Beitrag Buch „24 wahre Geschichten vom Tun und vom Lassen“	364,00
2021	Zoom-Account verlängert	169,90

- Pressearbeit: bei Suchmaschinen finden sich zahlreiche Zeitungsberichte

Meine sozialen Netzwerke:

- XING: nicht wirkungsvoll
- LinkedIn und Facebook nutze ich, um GWÖ-News zu veröffentlichen und die Posts Gleichgesinnter und der GWÖ weiter zu verteilen.

Seit November 2020 habe ich einen Zoom-Account erworben, um meine Angebote noch besser durchführen zu können. Dadurch wurden und werden viele Autofahrten vermieden und CO² eingespart.

Es gibt keine Umsatzvorhaben. Meine Vorgabe für mich war und ist, als Unternehmerin mein Leben zu finanzieren, dass ich es als „gutes Leben“ wahrnehme. Incl. Altersvorsorge, Versicherungen, Freizeitgestaltung, Teilhabe, usw. Bis März 2020 hatte ich den bisher höchsten Umsatz, der mit Corona völlig unterbrochen wurde. Ich habe Coronahilfe erhalten und nach dem ersten Schreck mein Unternehmerinnendasein wieder stabiler gestalten können.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Ab 2022 möchte ich meine Newsletter- oder social-media- Aktivitäten gezielter einsetzen und ausweiten.

D1.2 Barrierefreiheit

Berichtsfragen

- Welche Hürden betreffen den Kauf und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen?
Hier sehe ich den finanziellen Aspekt als mögliche Hürde, der für mich aber nicht wirklich ein Grund sein sollte. S.u.
- Welche benachteiligten Kund*innen-Gruppen werden als Zielgruppe berücksichtigt?
Für Schüler, Studenten oder Menschen mit geringem Einkommen werden Sonderkonditionen ermöglicht, die ich individuell abstimme, sodass auch da immer ein Verhältnis von Geben und Nehmen für beide Seiten wahrnehmbar ist, so konnte ein Student in einer Krisensituation meine Arbeit als Coach wahrnehmen und wir stimmten einen sehr minimierten Preis ab.

- **Wie wird benachteiligten Kund*innen der Zugang und die Nutzung der Produkte/Dienstleistungen erleichtert?**
In der Pandemie habe ich einen Zoom-Account erworben, um meine Arbeit online anbieten zu können, ohne Menschen einer Ansteckungsgefahr auszusetzen. Meine neue Homepage ist barrierefrei.
- **Ausschließlich für B2B: Wie wird sichergestellt, dass kleinere und gemeinwohlangagierte Unternehmen mindestens gleichwertige Konditionen und Services wie Großabnehmer erhalten?**
Es gibt keine Vorteile für große Unternehmen in der Preisgestaltung und überhaupt. Bei kleineren Unternehmen oder Unternehmen in Sondersituationen finden wir immer eine gemeinsame Lösung und somit Zugang zu meinen Produkten.

Verpflichtende Indikatoren

Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innen-Gruppen gekauft wird.

Im Berichtszeitraum 2019 – 2021 gab es keine Situationen, wo Sondervereinbarungen getroffen wurden. Durch Corona war meine Tätigkeit sehr eingeschränkt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Ich möchte gerade nicht gezielt etwas ändern, da ich in meinem langen Unternehmerinnendasein schon immer selbstverständlich auf solche Anliegen Lösungen gefunden habe. Meine Arbeit wahrzunehmen, soll nie am Geld scheitern.

Negativ-Aspekt D1.3 Unethische Werbemaßnahmen

Ich praktiziere keine unethischen Maßnahmen

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen

Berichtsfragen

- **Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert und welche Ziele werden dabei verfolgt?**
Es gibt mehrere Berater-Kolleg*innen, mit denen inzwischen eine wirkliche Kooperation besteht. Wir haben unterschiedliche Fachkompetenzen, jedoch eine Haltung, die uns verbindet. Uns geht es darum, das Kundenanliegen bestmöglich zu unterstützen und das Gesamtergebnis zu sehen, statt einzelner Bereiche oder Maßnahmen oder den Erfolg eines Einzelnen von uns. Im Kontext Gemeinwohlbilanz finde ich eine Zusammenarbeit unbedingt erstrebenswert, da man hier ebenfalls unterschiedliche Fachkompetenzen einbringen sollte. Außerdem verstehe ich Gemeinwohl immer als ein Agieren zum Vorteil des großen Ganzen und Kooperation und wertvolle Beziehung gestalten als Grundbaustein, den ich als Beraterin vorlebe. Im Berichtszeitraum haben wir die Kommunikation und den kollegialen Austausch ausbauen können. Insbesondere durch „Innenarbeit“ in der Bewegung erfolgte

- **Mit welchen Unternehmen werden in Zukunft in welchen Bereichen Kooperationen angestrebt?**

Im Bereich der Bilanzierung von Kommunen erstelle ich die Angebote zusammen mit einer Kollegin, die Expertin auf diesem Gebiet ist, derzeit für eine Kommune in Hessen. Sie ist meine Kooperationspartnerin ebenso in der Bilanzierung sonstiger kommunaler Strukturen.

Eine Kollegin hospitiert in einer Peergroup. Für zukünftige Bilanzierungen gibt es eine Liste von Kollegen, die hospitieren möchten (Bestandteil der Ausbildung zum zert. Berater*in).

Für E2 empfehle ich meinen Kunden zur Ermittlung /Berechnung von Verbrauchswerten einen Kollegen.

Ich habe des Weiteren Kollegen aus den Bereichen Finanzen, ökologische Berechnungen, Handwerk,

Namen werden hier aus datenschutzrechtlichen Gründen nicht genannt, können jederzeit angefragt werden.

- **In welchen Bereichen werden Wissen und Informationen mit Mitunternehmen geteilt?**

Schon seit der ersten Bilanzierung 2018 halten wir regelmäßigen Austausch und unterstützen uns bei Fragestellungen. Das ist auch mit vielen anderen Kollegen gewährleistet, da sich ein wirkliches Miteinander entwickelt hat. Außerdem besuchen wir uns gegenseitig in Vorträgen oder anderen Veranstaltungen, tauschen Material aus, usw.

Für die Bilanzierung der Kirchengemeinde habe ich die Berichtsvorlage und die Bewertungsstufen im Wording für Kirchengemeinden angepasst. Dieses Wissen wird open-source zur Verfügung gestellt und ehrenamtlich über Vorträge und Austausch weitergetragen.

- **Welche Maßnahmen zur Erhöhung der Branchenstandards wurden/werden umgesetzt bzw. sind in Planung?**

Seit 2020 bin ich in mehreren Gremien innerhalb der Bewegung engagiert, um die Qualität zu sichern und die Struktur weiterzuentwickeln hin zu besserer Orientierung und konsequenter Umsetzung unserer Vereinbarungen.

Verpflichtende Indikatoren

- **Wie hoch ist der investierte Zeit- und/oder Ressourcenaufwand für Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens? (in Stunden/Jahr bzw. %-Anteil)**

mind. 130 Std/Jahr kooperatives Arbeiten . Dazu zählen:

- ca 48 Std monatliches Treffen Koordinationsteam DACH
- ca 36 Std Arbeiten im Kernteam Lernwege und Bilanzierung/Re-Bilanzierung
- ca 25 Std Koordinatorin AK Beratung Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland
hier Aufgabe: Wissenstransfer aus KOO-Team gewährleisten, Onboarding neuer Berater*innen
- ca 24 Std Vernetzungstreffen

- In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen? (Anzahl: x/3)
 - Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards
 - Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying)
 - Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards

GWÖ-Bewegung:

Ich bin seit 2021 engagiert im KOO-Team DACH und dort Koordinatorin für Hessen, Rheinland-Pfalz und Saarland. Weiterhin in den Kernteams „Bewegungsabgabe“ und „Lernwege“.

Ev. Kirche:

Ich bin Kirchenvorsteherin einer Ev. Kirchengemeinde und in der Landeskirche in Angeboten zur Zukunftsgestaltung aktiv. 2019 habe ich die Berichtsvorlage der Kompaktbilanz für Kirchengemeinden umgeschrieben/angepasst und dann die erste Kirchengemeinde im DACH-Raum bilanziert (Testat August 2021).
Seit 2021 halte ich dazu zahlreiche Vorträge.

Ökomodellregion Landkreis/Hessen + NRW:

- Gemeinwohlorientierte Landwirtschaft, Anhörung als Expertin im Fachausschuss
- Infovorträge organisiert, z.B. mit dem GWÖ-Unternehmen EM-Chiemgau
- Besuche mit Vertretern dreier Landkreise: Werk für Holzvergasung/Terra Preta

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Weitere Ausweitung der Kooperationen und als Koordinatorin Begleitung eines neuen Lernwegs Kommunen/Gemeinden, sowie Fortbildung zur „Kommunalberaterin“.

D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen

Berichtsfragen

- In welchen Bereichen verhält sich das Unternehmen solidarisch gegenüber anderen Unternehmen und hilft uneigennützig?
Für Organisationen, die sich für das Thema interessieren, halte ich immer wieder ehrenamtlich Vorträge. Außerdem gibt es mit Kollegen sehr oft Reflektionen zu erfolgten oder geplanten Angeboten.

Verpflichtende Indikatoren

Wie viele Arbeitskräfte bzw. Mitarbeiter*innenstunden wurden an Unternehmen ...

- anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?
- der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

Diese beiden Punkte wurden bisher nicht in Stunden erfasst. Ich habe meine Arbeitszeit aber immer wieder für die Weiterentwicklung kollegialer Produkte zur Verfügung gestellt.

Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen ...

- anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?
keine, da ich in der Pandemiezeit selbst wenig Aufträge hatte
- der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?
keine, da ich in der Pandemiezeit selbst wenig Aufträge hatte

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Für 2022 gilt es, die praktische Kooperation in den Umsetzungsprojekten zu erproben und weiter auszubauen. Derzeit unterstütze ich eine neue Kollegin in Rheinland-Pfalz, um eine gemeinsame Peergroup aufzubauen, für Sommer ist eine Kommunalberatung mit einer Kollegin in der Planung, ab Herbst gemeinsame Peergroups mit einer anderen Kollegin.

Negativ-Aspekt D2.3 Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Berichtsfragen

- In welchen Bereichen könnte das Unternehmen andere Unternehmen stören, blockieren oder schädigen?
Das kommt nicht vor
- Welche Rolle spielt es, Marktanteile zu erobern bzw. wie wird mit dem Ziel der Marktführerschaft umgegangen?
Dies ist keine Zielsetzung für mich als einzelne Unternehmerin. Mein Bestreben ist, beizutragen, dass sich die GWÖ ausbreitet und unsere Arbeit zu einer gerechteren Wirtschaft führt. Ziel ist also nicht Marktführerschaft im herkömmlichen Sinne, sondern die Transformation hin zu einem „Guten Leben für alle“

Verpflichtende Indikatoren

- Findet ein wertender Vergleich (besser/schlechter bzw. im USP) mit der Leistung und den Angeboten von Mitunternehmen in der Kommunikation statt?
findet nicht statt
- Wird zumindest bei einem Produkt bzw. einer Dienstleistung eine Dumpingpreisstrategie verfolgt?
die passt nicht zu meiner Philosophie und wird abgelehnt.
- Werden geheime/verdeckte Preisabsprachen mit anderen Unternehmen getroffen?
Dies erfolgt nicht, ist auch kartellrechtlich untersagt.
- Ist die Maximierung der Marktanteile auf Kosten von Mitunternehmen, Kund*innen oder Produzent*innen in der Unternehmensstrategie verankert?
So etwas lehne ich ab.
- Werden für eigene Produktideen zahlreiche Patente erwirkt, die selbst nicht weiterverfolgt oder genutzt werden und die andere Unternehmen bei der Weiterentwicklung/Forschung/Innovation blockieren könnten bzw. sollen?
nein

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Berichtsfragen

- Inwieweit sind dem Unternehmen die ökologischen Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen bekannt?

Die Inhalte meiner Dienstleistungen haben günstige ökologische Auswirkungen bei den Menschen, da sie Ihre physischen und psychischen Voraussetzungen stärken und gesunden lassen.

Bei der Abwicklung meiner Angebote wird bewusst auf den Einsatz von Technik oder Lifestyle-Komponenten verzichtet (in Präsenzveranstaltungen). Jeder Teilnehmer macht die Erfahrung, dass er nicht immer noch etwas Neues braucht, sondern alles bereits in sich trägt, was ihn stärkt und in eine humanökologisch gute Verfassung bringt. Dies gilt für Einzelpersonen und für Organisationen.

Durch die Begleitung mit GWÖ-Themen entsteht Bewusstsein in vielen Lebensbereichen. Da mein Arbeiten immer eine aktive, handelnde Umsetzung der Themen beinhaltet, hat das Nutzen meiner Produkte und Dienstleistungen eine Stärkung der Regeneration und Resilienz der Organisation zur Folge.

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

Meine Dienstleistungen haben auf jeden Fall ökologische Auswirkungen im Reisebereich. Hier stimme ich mit meinen Kunden einen möglichst naheliegenden Ort ab und rege an, für Anreise eine günstigste Variante zu wählen. Ansonsten entstehen bei meinen direkten Dienstleistungsangeboten sehr wenig negative ökologische Auswirkungen. Im Hinblick auf Örtlichkeit, Verpflegung usw. werden im Vorfeld möglichst ökologisch wertvolle Varianten besprochen. Diese Kommunikation sorgt dafür, dass sich auch Tagungshäuser/Hotels immer mehr mit den Themen beschäftigen und neue Lösungen entwickeln.

Durch meine aktive Reduzierung meiner Kilometerleistung per Auto und durch die Pandemiebedingungen der letzten beiden Jahre konnte ich meine ökologischen Auswirkungen sehr deutlich verringern.

Große Bedeutung und Freude hat für mich, wenn ich bemerke, wie Kunden im Prozess einer GWÖ-Bilanzierung und danach in unterschiedlichster Weise kreativ werden und ein immer größeres Bewusstsein durch meine Arbeit entsteht.

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

Bei der Durchführung meiner Dienstleistungen sind folgende ökologische Auswirkungen zu durchdenken: Stromverbrauch, Büromaterial, Mobilität.

Die beiden ersten Aspekte werden in der Erstellung des Berichts mit den Kunden thematisiert. Suffizienz ist hier immer im Fokus.

Zu Mobilität: Seit Ende 2018 wohne ich in Hessen und habe ausgesprochen

schlechte Möglichkeit, öffentliche Verkehrsmittel zu benutzen.

Die Pandemiezeit hat dennoch meine km-Fahrleistung deutlich gesenkt, da fast alles online stattfand.

Seit 2020 wird der Strom für meine Räume und die Internetnutzung über die neue Solaranlage erzeugt. Zugekaufter Strom ist Ökostrom.

Im Berichtszeitraum wurden keine Produkte aus dem Bereich Bürobedarf gekauft, sondern Vorhandenes verbraucht.

In 2021 habe ich außerdem 2 t CO² kompensiert im Rahmen der Klimawette.

Unterstützend habe ich hier mit 2 Kommunen eine öffentliche Veranstaltung der Kampagne eingeleitet.

<https://www.dieklimawette.de/>

- **Wie wird die Reduzierung ökologischer Auswirkungen hinsichtlich Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen im Geschäftsmodell berücksichtigt?**
Deutlich konnten wir in den letzten Jahren lernen, dass sehr viele Reisen überflüssig sind und online-Lösungen möglich.
Berücksichtigung findet die Thematik durch die Themen und Inhalte meiner Arbeit, u.zw. ganzheitlich.
Ich lebe seit 2021 in einer Wohnung, wo auch die Heizung durch Solarstrom betrieben wird, die beiden Jahre war die Wohnung an das Bioenergiegenossenschaft des Dorfes angeschlossen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Künftig möchte ich mich informieren, wie ich im Bereich IT/Technik ökologisch noch verantwortlicher handeln kann.

D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz)

Berichtsfragen

- Inwieweit ist Suffizienz bzw. eine maßvolle Nutzung im Geschäftsmodell verankert?
- Inwieweit findet im Unternehmen eine Auseinandersetzung mit Suffizienz bzw. maßvoller Nutzung der Produkte und Dienstleistungen statt?
- Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?
- Welche Produkte und Dienstleistungen zielen auf eine maßvolle Nutzung ab bzw. unterstützen diese?

Ich habe in den letzten Jahren erkannt, dass meine Erziehung sehr auf maßvolle Nutzung, Sparsamkeit, Weiternutzung, Wiederverwendung ausgerichtet war. Mein eigenes Verhalten wurde immer dadurch gesteuert – allerdings mit manchmal etwas unterschiedlicher Ausprägung. Selber lerne ich derzeit täglich dazu, erinnere ich mich an Altbekanntes, entdecke ganz Neues und kann es durch mein Vorleben und Kommunizieren in die Arbeit mit meinen Kund*innen einbauen. Hier bekomme ich immer wieder positive Rückmeldungen.

Im Bereich Mobilität hat sich in den letzten beiden Jahren sehr manifestiert, gut zu überlegen, wann ein persönliches Treffen wirklich wichtig ist oder wann wir eine Online-Lösung bevorzugen. Dies geschieht immer in Abstimmung mit den Kunden.

- Inwieweit zielt die Kommunikation des Unternehmens mit Kund*innen und Konsument*innen auf die Förderung von maßvoller Nutzung ab? Das beginnt bereits bei der Auftragsklärung: bereits dort erkläre ich, dass wir den Weg der Bilanzierung so miteinander gestalten werden, dass der Prozess für alle gut bewältigbar ist und so wenig wie möglich zusätzliche Energie verbraucht. Durch die Fragen der GWÖ-Bilanzierung wächst automatisch bei Kunden die Sensibilität für das Thema.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Ich selber lerne täglich dazu und meine Kunden ebenso. Durch bewusste Thematisierung und Transformationsangebote freue ich mich auf die Möglichkeit, als GWÖ-Beraterin diese Entwicklung im Rahmen einer GWÖ-Bilanz bei mir und meinen Kund*innen immer mehr Bewusstsein schaffen zu können und Ideen für Alltagshandlungen zu schöpfen.

Negativ-Aspekt D3.3 Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen

Berichtsfragen

- In welchen Bereichen wird eine übermäßige Nutzung über Preisgestaltung, Anreizsysteme, geplante Obsoleszenz etc. gefördert bzw. bewusst in Kauf genommen?
Dergleichen wird nicht in Kauf genommen
- Bei welchen Produkten und Dienstleistungen können mit einer oder wenigen Nutzung(en) durch jeden Menschen oder durch gleichbleibendes bzw. steigendes Nutzungsniveau die globalen Belastungsgrenzen überschritten werden?
Solche Produkte biete ich nicht an.

Verbesserungspotenziale:

Seit mir bewusst wurde, dass ich vieles zu Suffizienz bereits in meiner Kindheit gelernt habe, will ich Menschen meines Alters nochmal auf andere Weise ansprechen, um zu mehr Handeln zu bewegen. Sie haben es in sich und brauchen da nur anzuknüpfen.



D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

D4.1 Kund*innen-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung

Berichtsfragen

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

Alle Produkte und Arbeitsleistungen werden mit den Kund*innen im Vorfeld abgestimmt und auch immer wieder in Abständen nachjustiert. Dabei erfahren Impulse der Kunden hohe Wertschätzung. Mit dieser Voraussetzung gehen wir dann den Weg – im Vertrauen auf die Menschen und den Prozess in konsensbasierten Schritten. Über jede Beratungsleistung wird Transparenz geschaffen durch ein klares schriftliches Angebot, in dem auf der Grundlage der gemeinsamen Vorabsprachen die Art der Zusammenarbeit dargestellt ist. So wird sichergestellt, dass ein gemeinsames Verständnis über den Beratungsprozess besteht, welches Voraussetzung für eine erfolgreiche Zusammenarbeit ist. In regelmäßigen Feedbackschleifen wird der laufende Prozess der Kund*innenanforderungen angepasst und dokumentiert. Die Dokumentation ist für alle zugänglich. Zwischeninformationen oder Ideen werden im Seminar- und Coachingbereich ebenfalls so kommuniziert, dass sie für alle zugänglich sind. Zum Abschluß eines Auftrags wird ein Kundenfeedback eingeholt, sowohl

schriftlich als auch mündlich. Ich würde als Durchschnitt einen Skalenwert von 4,5 sagen (Skala 1-5).

- Werden Produkte und Dienstleistungen mit einer höheren Nachhaltigkeitswirkung gemeinsam mit Kund*innen entwickelt?

In jeder Begleitung einer Bilanzierung ergeben sich Ideen der Weiterentwicklung mit den Kunden, sowohl in Peergroups durch den intensiven Austausch, als auch im Einzelprozess durch das Einbeziehen mehrerer Mitarbeiter der Organisation. Im Bilanzierungsprozess der Kirchengemeinde ist dies in den Sitzungen und Entscheidungen des Kirchenvorstands bemerkbar. Hier ist eine rege Diskussion zur Neuverpachtung unserer Flächen. Ferner haben wir schriftlich fixiert, welche Aspekte wir für unsere Auftragsvergabe berücksichtigen: Gemeindemitglied, Wohnhaft am Ort, Zum Angebot meiner Bilanzierungsbegleitung gehört ein Abschluß, der gleichzeitig die nächsten Schritte fixiert und einleitet. Hier werden individuelle Möglichkeiten mit Kunden zusammengestellt und evtl. weiter begleitet.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen, die mit der Beteiligung von Kund*innen entstanden sind. **90 %**
- Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund*innen entstanden sind. **80 %**

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Ich freue mich, ab 2022 hier mehr partizipative Prozesse in der Umsetzung der Bilanzierungserkenntnisse begleiten zu können.

D4.2 Produkttransparenz

Berichtsfragen

- Wie öffentlich und transparent sind Produktinformationen?
- Inwieweit werden alle Inhaltsstoffe und ökologisch relevanten Informationen ausgewiesen?

Öffentlich sind Informationen auf meiner Homepage ersichtlich. Bei Facebook und LinkedIn poste ich regelmäßig inzwischen überwiegend GWÖ-Neuigkeiten mit steigenden Leserzahlen.

„Produktinformationen/Inhaltsstoffe“ werden z.B. auch in einem Video ermöglicht. Hier wurde ein Vortrag von mir aufgezeichnet.

- Welche Informationen zur Preisfindung entlang der Wertschöpfungskette werden ausgewiesen?

Im Rahmen der Auftragsklärung werden folgende Varianten besprochen:

- meine Kosten werden detailliert im Angebot aufgelistet.

- der Kunde wünscht ein Komplettangebot zum Komplettpreis ohne Detailabrechnung

- Es gibt die Möglichkeit einer Selbsteinordnung in eine dreiteilige Preisstaffelung, um ein Gefühl dafür zu bekommen, wie die Partner zu einem Preis gelangen, der für beide passend ist.

In 2019 habe ich zum ersten Mal in Abstimmung einer GWÖ-Bilanzierung meinen Tagessatz mit dem Kunden offen abgestimmt, habe meine Spreizung des Tagessatzes offen benannt und erklärt, dass das zwar ungewohnt erscheinen mag, aber das ich gemäß unserer GWÖ-Werte nun so vorgehe, um für beide Seiten in ehrliche Wertschätzung und Transparenz zu gelangen. Er soll sich gemäß seinem Unternehmen einstufen, welchen Satz er zahlen will und wir sprechen, ob es für beide Seiten stimmig ist.

- In öffentlichen Vorträgen wird immer nach dem Preis gefragt. Hier benenne ich meine Preise für eine Peergroupteilnahme und Einzelbilanzierung mit einer gewissen Spanne, die unterschiedliche Unternehmensgrößen und -Ausrichtungen berücksichtigt.

Was ist über den Umfang der sozioökologischen Belastungen, die durch die Produkte und Dienstleistungen entstehen und die nicht in den Preisen enthalten sind, bekannt (sog. Externalisierung)?

- Durch meine Dienstleistung entstehen keine sozioökologischen Belastungen. Im Gegenteil – durch meine Arbeit kann ich dazu beitragen, dass sich Bewusstsein dazu verbreitet und entsprechend gehandelt wird.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes).
80 - 90 % meiner Angebote an Kunden sind detailliert beschrieben mit Inhalten, Zeiträumen und Preis
- Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes).
Auf der Homepage werde ich keine Preise veröffentlichen, da mein Kundenspectrum so unterschiedlich ist und keine einheitliche Preisgestaltung möglich.
- Ausmaß der externalisierten Kosten von Produkten und Dienstleistungen.
Meine Produkte und Dienstleistungen erzeugen in sehr geringem Ausmaß externalisierte Kosten, z.B. Verwendung von IT-Produkten und deren Produktion und Entsorgung

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Gerade möchte ich nichts verändern, bin aber wenn die Situation etwas zeigt, offen dafür.

Negativ-Aspekt D4.3 Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Ich bestätige, dass die Produkte keine Schadstoffe enthalten, die Kund*innen und Umwelt belasten und auch keine schädlichen Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte entstehen.

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben

Berichtsfragen

- Welche der neun Grundbedürfnisse (siehe unten) erfüllen die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens?
- Welche der Produkte und Dienstleistungen sind Luxusprodukte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenverbrauchende Produkte und Dienstleistungen des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können?
- In welcher Form dienen die Produkte und Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?
- Welche gesellschaftlichen bzw. ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch die Produkte und Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert?

Meine Dienstleistungen können je nach Zielsetzung alle der folgenden von M. Max-Neef und M. Rosenberg als menschliche Grundbedürfnisse definierten Bedürfnisse abdecken, bei den meisten liegt Mehrfachnutzen vor:

1. Lebenserhaltung/Gesundheit/Wohlbefinden
2. Schutz/Sicherheit
3. Zuneigung/Liebe
4. Verstehen/Einfühlung
5. Teilnehmen/Geborgenheit
6. Muße/Erholung
7. kreatives Schaffen
8. Identität/Sinn
9. Freiheit/Autonomie

Die 17 UN Ziele zur Nachhaltigen Entwicklung – SDG´s – werden damit ebenfalls zu einem großen Teil in die Umsetzung gebracht.



Übersicht Beratungsleistungen / Grundbedürfnisse / SDG

Beratungsdienstleistung	Grundbedürfnisse Neef/Rosenberg	SDGs
Organisationsentwicklung	alle, je nach Zielsetzung	3, 4, 5, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17
Teamentwicklung	alle, je nach Zielsetzung	3, 4, 5, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17
Coaching	alle, je nach Zielsetzung	1, 3, 4, 5, 8, 9, 12, 16, 17
Gemeinwohlerberatung	alle, je nach Zielsetzung	Evtl. alle
Schlaf-gut-Training	alle, je nach Zielsetzung – Anhang: Kurzevaluation Projekt „Besser schlafen und leichter Umgang mit belastenden Situationen“	3, 4, 8, 15, 16, 17

Keine meiner angebotenen Dienstleistungen sind Luxusprodukte.

Als Expertin für lebendige Organisationen und Individuen gestalte ich Strukturen und unterstütze Systeme dabei, zu regenerieren, sich zu stärken und zu gesunden/heilen. Hierbei ist immer wieder die Natur ein Vorbild. Viele Systeme unserer derzeitigen Gesellschaft sind erschöpft oder erkrankt. Wenn von diesem Status aus Aktivitäten/Aktionen zu Nachhaltigkeit durchgeführt werden, können diese nicht wirklich dauerhaft nachhaltig sein. Ihr Fundament, ihre Wurzeln sind nicht gesund. Meine Dienstleistungen berücksichtigen den Kern des jeweiligen Systems: von innen nach außen, wie Innen so Außen, usw. Der Sinn steht im Mittelpunkt, ob es um einen einzelnen Menschen geht oder um ein Unternehmen oder das größere Ganze. Meine Arbeit stärkt und regeneriert Fundament oder Wurzel. Daraus entsteht dann eine gesunde nachhaltige Entwicklung bei Individuen und Organisationen, die sich durch Kreativität, Innovation und visionäre Gestaltungsvielfalt zeigt, hin zu einer enkeltauglichen Welt. Es geht bei all meinen Produkten um die Stärkung der psychisch, mentalen, physischen Verfassung von Einzelnen und für ganze Teams. Meine selbstentwickelten Produkte sind z..B.: - Schlaf-gut-Training - JAZUMI@ Coaching - Amygdala-Balance Durch Messungen können wir einen physisch/mental Status ermitteln und auch Entwicklung nach Interventionen abbilden.

Außerdem ist das subjektive Empfinden der Menschen von größter Bedeutung. Dies wird durch Befragungen und partizipatives Miteinander stets berücksichtigt.

Wer in einer psychisch, mental und physisch ausgeglichenen Verfassung ist, hat intrinsisches Interesse und Neugierde am Gelingen zukünftiger Herausforderungen – und dies immer im Sinne eines guten Lebens für alle. Das Gegenteil sind Menschen, die sich permanent gestresst fühlen und aus diesem Zustand heraus mit deutlich weniger Potential agieren können.

In der Organisationsentwicklung arbeite ich nach dem Grundsatz:

- „Stärken stärken“
- „Wir sind so gut, weil wir wissen, was wir nicht mehr brauchen“.

Diese Grundhaltung zieht sich durch alle angebotenen Dienstleistungen.

Die erzielte Veränderung und Bewusstseinsweiterung ist im Außen wahrnehmbar und oft Anlass zu weiteren Multiplikations-Ebenen in unsere Gesellschaft, z.B. evaluierte Projekte mit der Polizei (Innenministerium NRW), das Schulprojekt RUHE-Stiftung (Kultusministerium)

und 2017 habe ich das hierarchiefreie Pflegesystem Buurtzorg nach Deutschland geholt und von Beginn an die Politik mit einbezogen. Zunächst habe ich das Ministerium in Kenntnis gesetzt, mit Informationen versorgt und auf Bitte von Staatssekretär Laumann einen gemeinsamen Termin mit dem Buurtzorg-Gründer Jos de Blok am 08.02.2016 durchgeführt. Danach habe ich mit 17 Pflegeunternehmen Gespräche geführt und zwei interessierte Unternehmen mehrfach nach Holland begleitet, bis so viel gegenseitiges Vertrauen und ein ausreichender Informationsaustausch zu der Entscheidung führte, einen Vollsupport durch Buurtzorg NL zu vereinbaren. Anfang 2017 waren dann die rechtlichen und technischen Vorarbeiten soweit vorangeschritten, dass die ersten beiden Pilotteams „Buurtzorg Deutschland“ starten konnten.

Ich beschreibe es so ausführlich, weil es ein absolutes Schlüsselmoment in meinem Leben war. Dieses schrittweise miteinander ins Vertrauen gehen, dass beide Seiten es ernst meinen und nicht nur Wissen abgezogen werden soll, war ein großer Balanceakt. Es war unmöglich, vorher mit den Interessenten eine vertragliche Vereinbarung zu treffen.

18 Monate habe ich mich engagiert, bis schriftlich fixiert war, dass das deutsche Team den vollen Support durch Buurtzorg NL vereinbart. Ab da haben zwei Männer vorgezogen, den Weg allein weiter zu gehen. Ich habe keinen Cent erhalten – da kein Vertrag vorlag.

Und ich beschreibe es hier, weil es mit Menschenwürde und mit gesellschaftlichem Sinn zu tun hat. Meine Würde war mit Füßen getreten – wie es bei den anderen aussah, weiß ich nicht. Mein Schmerz zeigt sich heute noch manchmal in abgemilderter Form. Zum einen weiß ich, dass ich dadurch viel gelernt habe und zum anderen, dass ich einen unglaublichen Schritt ermöglicht habe, dass Pflege in Deutschland mehr Wertschätzung erfährt, partizipativer gestaltet und anders abgerechnet werden kann.

Die Firma breitet sich inzwischen in Deutschland aus. Und ich spüre deutlich, dass die gesellschaftliche Wirkung/der gesellschaftliche Sinn das ist, was für mich den größeren Stellenwert hat.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes:

- Erfüllte Bedürfnisse:
 - Grundbedürfnisse 100 %
 - Statussymbole bzw. Luxus 0 %
- Dient der Entwicklung ...
 - der Menschen 100 %
 - der Erde/Biosphäre 10 %
- Löst gesellschaftliche oder ökologische Probleme lt. UN-Entwicklungszielen 100 %
- Nutzen der Produkte/Dienstleistungen:
 - Mehrfachnutzen bzw. einfacher Nutzen 100 %
 - Hemmender bzw. Pseudo-Nutzen 0 %
 - Negativ-Nutzen 0%

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Meine Arbeitsinhalte habe sich im Verlauf des Berichtszeitraums verändert bzw. verlagert. Mit Beginn der Pandemie fielen alle Aufträge weg. Coaching entwickelte sich langsam wieder. Während der ganzen Zeit habe ich sehr viel Engagement zur Gemeinwohlökonomie eingebracht, was sich inzwischen zu einem erfolgreichen Netzwerk entwickelt hat. Die Begleitung von Unternehmen bei der GWÖ-Bilanzierung macht mir große Freude. Auch die erste Kirchengemeinde Deutschland konnte ich in 2021 bilanzieren und viele Vorträge über die gesellschaftliche Verantwortung von Kirche in unserer Gesellschaft nach außen tragen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Meine persönliche Weiterentwicklung wie auch die thematische wird den eingeschlagenen Weg fortsetzen und gemäß natürlicher Prinzipien wachsen.

Ab 2022 werde ich meinem Lebensunterhalt wieder komplett aus meiner Arbeit bestreiten.

E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

- In welcher Form helfen die Produkte und Dienstleistungen, die Gemeinschaft im Privat- und Berufsleben zu stärken?
- Welche Interessensgruppen werden durch Aktivitäten außerhalb des Unternehmens erreicht? Durch welche Maßnahmen?
- Was bewirken die Maßnahmen konkret – vom Wissen über Einstellungsänderung, Änderung der Verhaltensmotive bis hin zu Lebensstiländerungen?

In den vergangenen 10 Jahren habe ich einige Projekte auf den Weg gebracht, die stärkende Wirkungen haben und deren Wirkungsweise deutlich wurde:

- Schulprojekt „Entspannte selbstwirksame Schule“ (1 Std/Wo für alle 5. Klassen); Einladung zur Präsentation des Projekts im Bildungsministerium

- „Schlaf-gut-Training“ erfunden und Messung von Regenerationsfähigkeit mit Ingenieuren weiterentwickelt (Evaluation nach Prof. Kallus, Uni Graz, Durchführung Prof. Jens Brand)

- Polizei NRW „Besser schlafen und leichter Umgang mit belastenden Situationen“ (evaluiert)

- Neues Pflegesystem „Buurtzorg“ dem Ministerium vorgestellt und nach Deutschland geholt, Projektplanung und -start mit Staatssekretär für Pflege, damals Karl-Josef Laumann NRW. Der Ausgangspunkt für alle war nie monetär gedacht, sondern das tiefe Gefühl in mir, dass es sinnvoll ist und einen Mehrwert für unsere Gesellschaft und das jeweilige System darstellt.

Ich halte viele ehrenamtliche Vorträge zur Gemeinwohl-Ökonomie oder werde in unterschiedlichen Situationen darauf angesprochen – sowohl im privaten, als auch im beruflichen Kontext, z.B. in Schulen, die ich begleite, in kirchlichen Kontexten, beim Kaffeetrinken mit Freunden, usw.. Wichtig ist jeder Impuls, jede Frage, die sich mit Themen zur Transformation beschäftigt. So kommen Menschen durch unsere Gespräche selbst ins

Handeln und fühlen sich gut, auch etwas beitragen zu können. Dieses Feedback höre ich immer wieder.

Ebenso, dass sie sich ihrerseits hierzu mit Freunden austauschen und so immer mehr Bewusstsein in der Gesellschaft entsteht.

Für meinen Landkreis und den Nachbarlandkreis habe ich Vorträge organisiert in Kooperation mit dem Projekt Ökomodellregion Hessen und mit einigen Vertretern eine Holzvergasungsanlage besucht. Außerdem wurde ich als Expertin zum Thema „Gemeinwohlorientierte Landwirtschaft und neue Vergaberichtlinien“ im Kreistag angehört.

Das Thema Verpachtung von kirchlichen Flächen konnte ich in mehreren Anlässen ansprechen und auch mit der Bischöfin unserer Landeskirche diskutieren. Sie hat die Bilanzierung der Kirchengemeinde sehr detailliert in einem Brief gewertschätzt und unsere Gemeinde daraufhin auch besucht und mit Menschen diskutiert.

Verpflichtende Indikatoren

- **Art und Anzahl der Aktivitäten/Maßnahmen pro Jahr**
Pro Monat halte ich 2 – 3 Vorträge (berufl. und ehrenamtlich). Viel Raum und Zeit nimmt auch die Planung von Projekten für Regionen ein. Von Gesprächen mit politischen Strukturen, Regional- und Förderagenturen. Außerdem die praktische Begleitung beim Erstellen einer Gemeinwohlbilanz.
- **Anzahl der erreichten Menschen, z. B. Leser*innen, Besucher*innen**
Dies wurde und wird nicht erfasst, da ich keinen Mehrwert darin sehe, diese Zahl zu kennen. Die Entwicklung meines Unternehmens registriere ich durch mehr Empfehlungen, Anfragen Aufträge, usw.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

In den Berichtsjahren hat sich die Zahl der Vorträge deutlich gesteigert und auch die Aufträge zur Gemeinwohl-Ökonomie.

Zum Thema regenerative Landwirtschaft und neu Kriterien zur Verpachtung wurde ich mehrfach angehört im Rahmen kommunaler und kirchlicher Projekte.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Nach zwei Jahren Pandemie freue ich mich auf gute Auftragslage für 2022. Hier ist mein Wunsch, Kooperationen mit Kolleg*innen auszuweiten und in einigen Regionen die GWÖ bekannter zu machen und zur Vernetzung der einzelnen Akteure beizutragen.

Negativ-Aspekt E1.3 Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Meine Angebote haben keinerlei negative Auswirkungen auf Mensch und Biosphäre.

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

E2.1 Steuern und Sozialabgaben

Berichtsfragen

- Welchen direkten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen zur Sicherung des Gemeinwesens (z. B. in Form von Ertragsteuern, Lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen)?

Wie in den Jahren zuvor, wurden selbstverständlich alle Steuern, Sozialversicherungsbeiträge und sonstigen Abgaben entsprechend der gesetzlichen Vorschriften abgeführt. Hierzu besteht eine jahrelange vertraute Zusammenarbeit mit meiner Steuerberaterin.

Welche direkten materiellen Unterstützungen erhält das Unternehmen vom Gemeinwesen (z. B. unternehmensbezogene Subventionen und Förderungen)? In der Pandemie habe ich Coronahilfe(2020) erhalten und Neustart-Hilfe(2021)

- Welchen indirekten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und die damit verbundenen Steuern und Abgaben (Lohnsteuer und Sozialversicherungsbeiträge der Mitarbeitenden)?

Ist für mich nicht relevant, da ich keine Mitarbeiter beschäftige.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

In 2022 werde ich Einkommenssituation wieder verbessern, um einen guten finanziellen Beitrag zum Gemeinwesen leisten zu können. Dies ist bereits durch bereits abgewickelte Aufträge und eine umfangreiche Vortermiierung gewährleistet.

E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

Berichtsfragen

- Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet? (Erstellung einer Liste aller Aktivitäten mit geldwertem Umfang)

Mein persönliches Engagement findet in folgenden Bereichen statt:

- Als GWÖ-Mitglied bringe ich unsere Werte und Themen in vielen Kontexten in Gespräche und Diskussionen ein.
Ich halte regelmäßig Vorträge und nehme an Online-Veranstaltungen teil.
Innerhalb der Bewegung engagiere ich mich im KOO-Team DACH als Koordinatorin Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland und biete für die Kolleg*innen der Region Info- und Austauschtreffen an.
Im Koo-Team bin ich außerdem engagiert in der Weiterentwicklung der Lernwege(Kernteam Lernwege) und im Bereich der Zertifizierung/Re-Zertifizierung von Berater*innen.
Ich nehme jährlich an der Sommerwoche und Beratertreffen teil

- Als Kirchenvorsteherin war ich deutschlandweit sehr engagiert für GWÖ & Kirche. Im Jahr 2020/21 habe ich die erste Kirchengemeinde Deutschlands gemeinwohlobilanziert und dazu auch ein Kapitel in unserem Buch „24 wahre Geschichten“ veröffentlicht.
 - Einmal monatlich nehme ich seit 2021 an Austausch-Treffen teil von „mehr Demokratie“/Bürgerräte
 - Einmal monatlich nehme ich am regionalen Netzwerktreffen „Unternehmerinnen Burgwald-Ederbergland teil.
 - Für das 10-jährige Jubiläum der GWÖ habe ich Kino-Vorführungen und Vorträge organisiert und gehalten.
- **Wie lässt sich der Eigennutzen dieser Maßnahmen in Relation zum gesellschaftlichen Nutzen bewerten?**

Ein Eigennutzen ist bei meinem ehrenamtlichen Engagement in finanzieller Form nicht vorgesehen, da es für mich einen höheren Sinn hat, mich gesellschaftlich für wichtige Dinge einzusetzen.

Nicht auszuschließen ist, dass durch immer mehr Bekanntheit zum Thema irgendwann auch berufliche Verbindungen entstehen. Dies wird von meiner Seite nicht gesteuert.

- **Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens – oder lindern sie vorwiegend Symptome?**
Durch meinen ehrenamtlichen Einsatz kommuniziere ich sehr viel gesellschaftsrelevante /gemeinwohlorientierte Themen in die unterschiedlichsten Gruppierungen. Dadurch wird Bewusstsein fürs Thema generiert und Handlungsoptionen für jeden Einzelnen sichtbar.
- **Wie gut sind diese Themen verankert? Welche Erfahrungen hat das Unternehmen damit bereits gesammelt? Wie stabil ist das Engagement?**
Die verstärkte Nachfrage nach Vorträgen zeigt, dass es durch mein Engagement gelingt, die Gemeinwohl-Ökonomie bekannter zu machen und in die Umsetzung zu bringen. Immer wieder wird auch von konkreten Massnahmen berichtet.
- **Wie sieht die Gesamtstrategie oder Vision für das ehrenamtliche Engagement aus?**
Ich werde mein ehrenamtliches Engagement weiter fortsetzen, allerdings die Stundenzahl reduzieren und dadurch meine Arbeitszeit und Arbeitsvolumen bewusster gestalten.

Verpflichtende Indikatoren

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen (in Prozent des Umsatzes bzw. der Gesamtjahresarbeitszeit).

- Monatlich 6,- € Verein für Grundeinkommen
- 50,- € Klimawette
- 110, € Otepic Permakultur- und Friedensdorf in Kenia
- 25,- € Crowdfunding für das neue Buch von Alexander Schiebel (Wunder von Mals)
- 100,- € Mitgliedsbeitrag GWÖ
- 10 % meines GWÖ-Umsatzes gebe ich an die GWÖ-Bewegung

Für 2021 sind mind. 350 Stunden ehrenamtliche Arbeit zusammengekommen.
In den Vorjahren war es deutlich weniger, wurde von mir aber noch nicht erfasst

Verbesserungspotenziale/Ziele:

In der Folgezeit möchte ich mein bisheriges Engagement fortsetzen. Da einige Kommunen zur Zertifizierung anstehen, ist mein Ziel, dort für die Zukunft auch Bürgerräte und andere partizipative, die Demokratie stärkende Methoden zu platzieren und umzusetzen. Für eine Region in der viele Firmen bilanzieren werde ich dazu beitragen, das Thema Regionalgruppe bekannter zu machen.

Für mein Kenia-Projekt OTEPIC organisiere ich für 2022 wieder in mehreren Orten Veranstaltungen, um die Weiterentwicklung des Permakultur und Friedenszentrums in Kenia zu unterstützen. Der Gründer Philip Munyasia wird auf seiner Europareise wieder bei mir zu Gast sein.

Negativ-Aspekt E2.3 Illegitime Steuervermeidung

Ich bestätige, dass alle Steuern, Sozialversicherungsbeiträge und sonstigen Abgaben entsprechend der gesetzlichen Vorschriften abgeführt werden und mein Unternehmen keinerlei Praktiken betreibt, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entziehen.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie

Berichtsfragen

- Welche negativen Umweltwirkungen haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse? Dabei sind vor allem die folgenden, definierten Standardwirkungskategorien und deren Auslöser zu beachten:
 - Klimawirksame Emissionen (CO₂, N₂O, CH₄, ...)
 - Feinstaub und anorganische Emissionen
 - Emissionen von Chlorfluorkohlenwasserstoffen (Abbau der Ozonschicht)
 - Emissionen, die zur Versauerung beitragen (NO_x, SO_x, CO₂)
 - Emissionen, die die fotochemische Bildung von Ozon fördern (organische Verbindungen, NO_x, SO_x)
 - Ionisierende Strahlung
 - Emission bzw. Verwendung toxischer Stoffe
 - Düngung in der Landwirtschaft (Eutrophierung)
 - Landverbrauch
 - Wasser- und Mineralienverbrauch (Ressourcenerschöpfung)

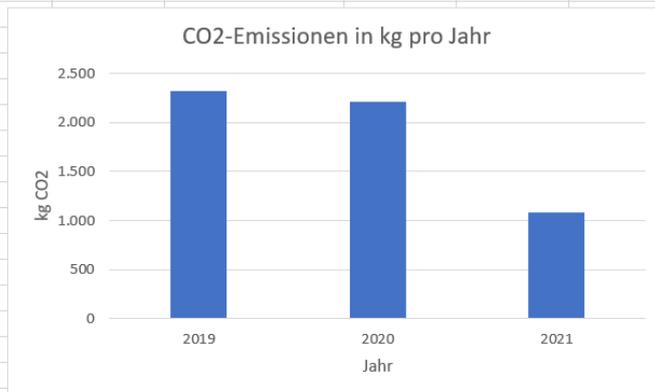
Diese Werte wurden nicht erhoben

- Welche Daten zu den – im jeweiligen Unternehmen relevanten – Umweltwirkungen Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?

	2019	2020	2021
Abwasser in m ³	14	14	20
Frischwasser in m ³	14	14	20
Strom EON Lichtblick	697 kWh	748 kWh	535 kWh
Bioenergiedorf eG Photovoltaik	4517 kWh	4741 kWh	4477 kWh
Seit 2021 gibt es nur LED in meiner Wohnung			

Diesel

Jahr	Kosten	Durchschnittspreis ct/l Liter	km	€/ km	Durchschnitts CO ₂ -Faktor kg	CO ₂ -Emissionen in kg pro Jahr		
2019	1103,66	126,2	874,5	15000	0,074	5,83	2,65	2.318
2020	928,84	111,1	836,0	12000	0,077	6,97	2,65	2.216
2021	568,55	138,5	410,5	8000	0,071	5,13	2,65	1.088



Verpflichtende Indikatoren

Entsprechend dem Tätigkeitsfeld des Unternehmens sind relevante Umweltkonten zu berichten:

- Ausstoß klimawirksamer Gase in kg
- Transporte (und dessen CO₂ Äquivalent) in km bzw. kg
- Benzinverbrauch (und dessen CO₂ Äquivalent) in Liter bzw. kg
- Stromverbrauch (und dessen CO₂ Äquivalent) in kWh bzw. kg
- Gasverbrauch (und dessen CO₂ Äquivalent) in kWh bzw. kg
- Heizenergie (in Bezug auf die jeweilige Durchschnittstemperatur) in kWh/°C
- Verbrauch von Trink- und Regenwasser in m³
- Chemikalienverbrauch (giftig, ungiftig) in kg
- Papierverbrauch in kg
- Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien in kg
- Kunstlichteinsatz in Lumen, kWh

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Die Entwicklung und Erbringung meiner Dienstleistungen haben nur geringe Auswirkungen auf die Umwelt. Dennoch ist eine kontinuierliche Reduzierung negativer Umweltbelastungen mein erklärtes Ziel. Mein größter Aspekt ist sicher meine Reisetätigkeit beruflicher Art. Dies wurde in 2019 nochmal stark reduziert: von 35.000 km/Jahr in 2017 auf 20.000 km/Jahr in 2018 und 15.000 km in 2019. Hier sind private und berufliche Reisen beinhaltet und im Nachgang nicht mehr zu separieren. Der Anteil privat macht allerdings höchstens 20 % aus. In 2020 waren es 12.000 km und in 2021 dann 8.000 km.

Die angegebenen Verbrauchswerte beziehen sich auf meine komplette Wohnung. Mein Arbeitsbereich besteht aus einem Sitzplatz am Tisch, einem Schreibtisch und einem Regalschrank, ca. 12 m² = 1/5 der angegebenen Gesamtwerte.

In den Berichtsjahren habe ich kein Büromaterial erworben, da noch genug zum Verbrauch vorhanden ist und die Online-Arbeit weniger Materialbedarf mit sich brachte. Einmal habe ich Druckerpatronen bei Memo nachgekauft.

Aufgrund meines bewussten Alltagsgestaltung ist mein Strom- und Wasserverbrauch sehr gering. Reinigungsmittel werden umweltfreundlich ausgewählt (Sonett und Frosch) und auch da ist mein Verbrauch sehr gering, ich habe im ganzen letzten Jahr einmal Waschmittel gekauft, sonst keinerlei Reinigungsmittel.

Es gibt seit 15 Jahren keine Flugreise

Generell halte ich aufgrund meiner bewussten Beschäftigung mit dem Thema immer und überall Ausschau nach ökologisch günstigeren Alternativen. Komplette Vermeidung von Plastiktüten und Verbrauchsartikeln aus Plastik ist mir gelungen. Reduzieren aller Energie- und Materialverbräuche ebenso. Wichtig ist mir dabei, dies nicht nur allein umzusetzen, sondern es in meine Lebensberührungsgruppen privat und beruflich einfließen zu lassen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Ich möchte die Umweltauswirkungen meiner Online-Aktivität kennen und verstehen lernen.

E3.2 Relative Auswirkungen

Berichtsfragen

Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Herstellprozesse im Vergleich ...

- zum Branchenstandard bzw. Stand der Technik?
- zu Mitunternehmern im selben Geschäftsfeld bzw. in der Region?

Die ökologischen Auswirkungen meiner Dienstleistungen finden sich im Bereich Mobilität und Energieverbrauch. Die Arbeit online hat in der Pandemie sehr stark zugenommen. Hier ist mir nicht bewusst, wie stark meine Online-Arbeit ökologische Auswirkungen hat.

Verpflichtende Indikatoren

- Relevante Vergleichswerte bezüglich Umweltkonten oder Wirkungskenngrößen (siehe E3.1) in der Branche bzw. Region.

Werden nicht erhoben.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Es ist mir gelungen, in den letzten 4 Jahren meine Verbräuche jedes Jahr deutlich zu reduzieren in nahezu allen Lebensbereichen und dies auch weiter ansteuere.

Negativ-Aspekt E3.3 Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Ich bestätige, dass ich nicht gegen Umweltauflagen verstoße bzw. die Umwelt nicht unangemessen belaste

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

E4.1 Transparenz

Berichtsfragen

- Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst?
- In welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation)?
- Wird der Bericht durch eine unabhängige Stelle kritisch überprüft?
- Wie einfach ist der Bericht für die Öffentlichkeit zugänglich?

Mein unternehmerisches Handeln wird sichtbar durch mein persönliches Auftreten in Business-Netzwerken, Vorträgen, Workshops, Seminaren, meiner Homepage.

In 2020 + 2021 gab es eine deutliche Zunahme öffentlicher Auftritte und Vorträge – auch in regionalpolitischen Gremien, z.B. Abstimmung mit einem Regierungspräsidenten zum Thema

GWÖ und daraus resultierende Entwicklung für eine Region, oder Anhörung im Kreistag zu „Gemeinwohlorientierte Landwirtschaft und neue Vergaberichtlinien“.

Die Veröffentlichungen der Bilanzierung der ersten Kirchengemeinde in Deutschland hat inzwischen große Außenwirkung und ich stelle meine Erfahrungen und Unterlagen zur Verfügung, halte Vorträge und strebe partizipative Projekte zur gemeinwohlorientierte Neu-Verpachtung von Kirchenland an.

Meine Arbeit ist geprägt von einer Grundhaltung der Offenheit und Transparenz mit allen Berührungsgruppen. Transparenz zu meiner Unternehmensphilosophie, den Angeboten und Leistungen gibt es über die Homepage und in meinen Angeboten, sowie in Medienveröffentlichungen.

Neue Kundenbeziehungen gestalten wir partizipativ und in Abstimmung. Sie werden dokumentiert und der Verlauf wird protokolliert. Er steht mir und den Kunden zur Verfügung, oft auch allen Beteiligten des Unternehmens.

Verpflichtende Indikatoren

- Veröffentlichung eines Gemeinwohlberichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung

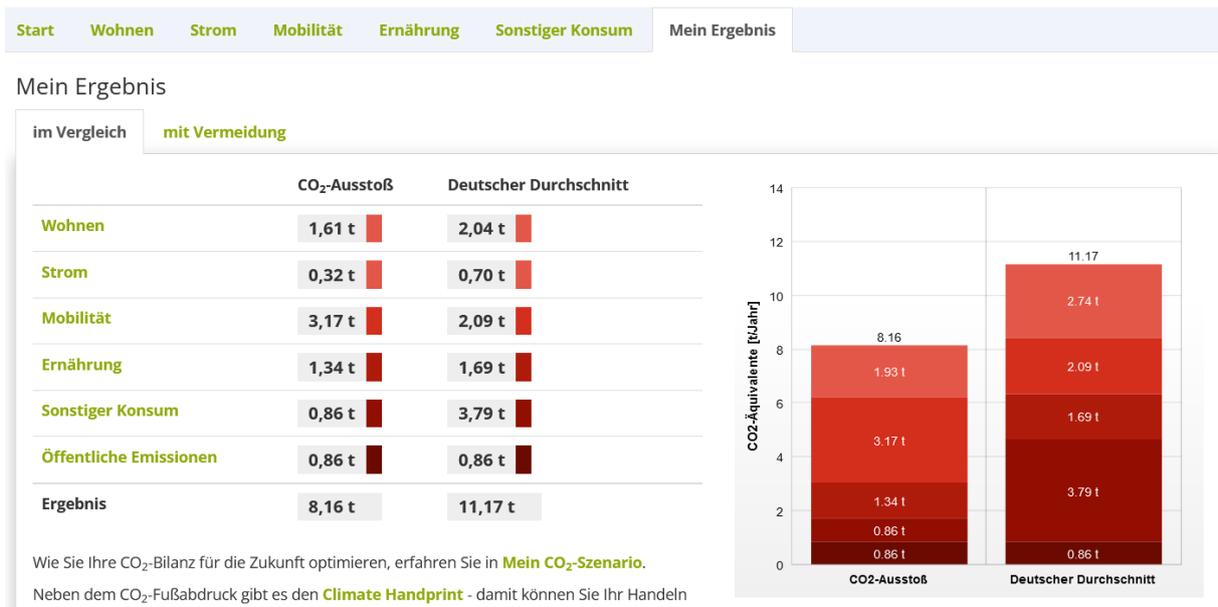
Für 2018 wurde der erste Gemeinwohlbericht erstellt. Die Re-Bilanzierung berichtet nun über die Jahre 2019 – 2021.

Mein Fußabdruck für 2018 wurde im Rahmen der ersten Bilanz veröffentlicht.

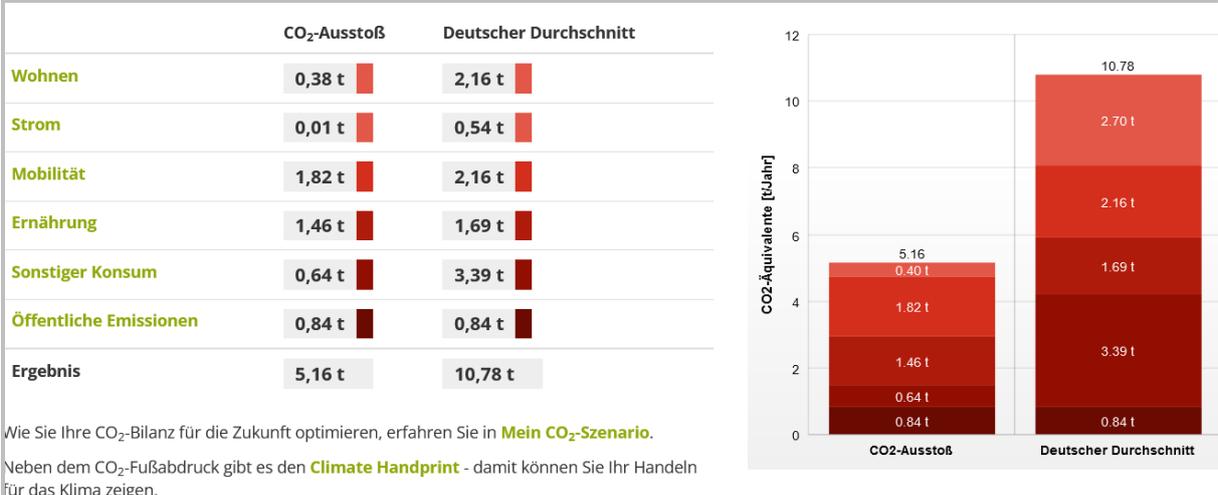
Meine CO₂-Bilanz der Berichtsjahre wurde erstellt und mit der Veröffentlichung der nächsten Bilanz veröffentlicht.

2019 + 2020:

Meine CO₂-Bilanz



Für 2021:



https://gls.co2-rechner.de/de_DE/footprint#panel-calc

Aspekt E4.2: Gesellschaftliche Mitentscheidung

Berichtsfragen

- Wie können Bürger*innen in Dialog treten und sich an einem offenen, macht- und sanktionsfreien Argumentationsaustausch beteiligen?
- Wie können gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?
- Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?

In Kontakt treten können Interessierte über die Netzwerke XING, LinkedIn oder Facebook, per Email, Telefon oder im persönlichen Gespräch. Bei allen Auftritten im Netz sind die Kontaktdaten hinterlegt.

Bisher gab es keine Anfrage diesbezgl. – sollte die Idee aufkommen, etwas gemeinsam zu konzipieren, stehe ich dem sehr offen gegenüber.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen (in % der relevanten Entscheidungen, je nach Mitentscheidungsgrad)
0%
- Ist eine institutionalisierte Infrastruktur des Dialogs (z. B. Ethikforum, Ethikkomitee) vorhanden?
Nein

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

In 2019 habe ich meine erste Gemeinwohlbilanz veröffentlicht.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Auch die Re-Bilanzierung wird in 2022 veröffentlicht.

Negativ-Aspekt E4.3 Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Ich bestätige, dass keine falschen Informationen über das Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene verbreitet werden.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Da es keine Negativaspekte gibt, ist nichts zu verbessern

Ausblick

Kurzfristige Ziele

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

Für die nächsten 2 Jahre möchte ich meine Arbeit weiter fortsetzen und

- zur Bekanntheit der Gemeinwohl Ökonomie beitragen
- bereits mehrere Peergroups und Kommunen in Bilanzierungsprozess begleiten
- Ausbau der Beratungen für nachhaltige Unternehmensentwicklung, sowie Entwicklung von Organisationen nach GWÖ-Richtlinien
- Peergroups für Kirchengemeinden durchführen
- Bilanzierung von Schulen durchführen

Langfristige Ziele

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

Ich möchte langfristig in den Regionen Südwestfalen und Hessen die Bekanntheit steigern und immer mehr Unternehmen und Kommunen bilanzieren und zu einem starken Netzwerk verbinden.

Die sonstige überregionale Arbeit in meinem seit Jahrzehnten bestehenden Netzwerk wird fortgesetzt.

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

Wir verwenden den GWÖ-Berichtsstandard für die Erfüllung der non-financial-reporting-Vorgaben, weil der GWÖ-Berichtsstandard universell, messbar, vergleichbar, allgemeinverständlich, öffentlich und extern auditiert ist.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Die Gemeinwohl-Bilanz und der entsprechende Bericht wurde von mir, Gerlinde Lamberty, erstellt.

Im Peergroup-Prozess unterstützten mich Brigitte Linder, Albert Bernstetter und Werner Furtner. Wir werden eine Auditor*innenbegleitete Peerevaluation für Berater durchführen.

Der Arbeitsaufwand belief sich geschätzt auf ca 100 Stunden.

Datum: 22. April 2022