

Gemeinwohl-Bilanz Gerlinde Lamberty

Vollbilanz 2022 – 2023

»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

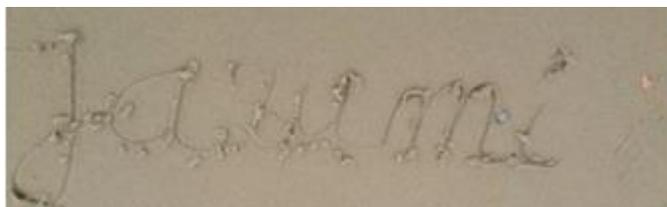
Firmenname: Institut Lamberty
Inhaberin: Gerlinde Lamberty
Rechtsform: EPU
Website: www.gerlinde-lamberty.de
Branche: Unternehmensberatung & Coaching
Firmensitz: 35083 Wetter-Oberrospehe
Gesamtanzahl der Mitarbeitenden: 1
Berichtszeitraum: 2022 – 2023

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 22 Jahren 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 erschöpfend, degenerativ, 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.

Von großer Bedeutung ist für mich meine Möglichkeit, mein Leben weitestgehend selbst zu terminieren, meinen Tagesablauf „(menschen-)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 Nachhaltigkeitsmanagement, 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 „gemeinwohlabanzierendes Unternehmen“ und zertifizierte Beraterin Gemeinwohlökonomie (GWÖ). Außerdem Koordinatorin GWÖ Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland des AK Beratung und vor kurzem habe ich ein Fernstudium zur Sustainability Managerin absolviert, um auch hier Unternehmen extern beraten zu können.

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 **2022-2023** **AbPE_2024_JW_1**
 zert. Begleiter*in **Jörn Wiedemann** **Beteiligte Peerguppen Firmen**

- Judith Landes, Häfing
- Werner Furtner Consulting, Edling
- Reishofer's FASCH GmbH, Edling

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berührungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 20 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 40 %	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: 80 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 50 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 10 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: .J.
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 80 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 70 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 70 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: .J.
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 70 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern: 70 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 20 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 70 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 90 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 60 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 40 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 40 %
			Zertifikat gültig bis 30.11.2026	BILANZSUMME: 516

Mit diesem Zertifikat wird die Peerevaluation des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Zertifikat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. ZertifikatID: nn08sq
 Nähere Informationen zur Matrix und dem Peersystem finden Sie auf www.ecogood.org

Hamburg, 03.11.2024

Brigdet Knapper and Markus Müllenschläder / Executive Directors
 International Federation for the Economy for the Common Good e.V., VR 24207



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. 9 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:

2022	Lieferant	Dienstleistung	Summe	Land regional	Nachhaltigkeitsberichte, Zertifizierungen
mix	versch	Reisekosten + Übernachtungen	2538,28	D + r	Wähle Pensionen oder familiengeführte Hotels, nach Möglichkeit mit Nachhaltigkeitsengagement
fair	GWÖ D	Bewegungsabgabe & Mitgliedsbeitrag	1869,72	D	GWÖ
fair	Auto-werkstatt	KFZ-Betriebskosten + Reparaturen	1827,71	D + r	Kunde seit über 31 Jahren
fair	Feld-kamp & Partner	Steuerberatung	1655,00	D + r	Seit 19 Jahren persönlich bekannt, gute Mitarbeiterführung, suffiziente Zusammenarbeit, faire Preisgestaltung
?	1&1 + simply	Telefon + Internet	589,11	D	
fair	versch	Fortbildung	480,00	D	
???	HUK	Autoversicherung	397,34	D	https://www.huk.de/ueber-uns/nachhaltigkeit.html
?	Versicherungen	Haftpflicht	279,47	D	R&V, über GLS Bank
fair	Bund	KFZ-Steuer	238,00	D	
fair	GLS Bank	Geschäftskonto	180,25	D	https://nachhaltigkeitsbericht.gls.de/
kritisch	Diverse	Diesel	784,73 l		

2023	Lieferant	Dienstleistung	Summe		Nachhaltigkeitsberichte, Zertifizierungen
fair	Hardenberg	Coaching	6570,00	D	Pers. bekannte Werthaltung
fair	GWÖ	Bewegungsabgabe & Mitgliedsbeitrag	4233,30	D	GWÖ
Mix	versch	Reisekosten	3758,22	D	Wähle Pensionen, familiengeführte + Hotels, nach Möglichkeit mit Nachhaltigkeitsengagement
fair	Autowerkstatt	KFZ- Reparaturen + Betriebskosten	1164,03	D	Seit 31 Jahren KFZ-Partner, vertrauensvolles Miteinander, macht nur die Arbeiten, die wirklich sein müssen, sehr faire Preisgestaltung
???	Samsung	Laptop	1699,-		
fair	Cycom	Hard- + Software Wartung	840,28	D	Regionaler Dienstleister
fair	Feldkamp & Partner	Steuerberatung	1740,85	D	Seit 19 Jahren persönlich bekannt, suffiziente Zusammenarbeit
fair	regional	Bürobedarf	676,11	D	
?	HUK	KFZ-Versicherung	402,09	D	https://www.huk.de/ueberuns/nachhaltigkeit.html
? fair	1&1 und We-tell	Telefon	265,46	D	WeTell ist GWÖ-bilanziert
fair	Bund	KFZ-Steuern	238,-	D	
fair	GLS Bank	Geschäftskonto	185,40	D	https://nachhaltigkeitsbericht.gls.de/
kritisch	diverse	Diesel	846,54 l		

- 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.

Viele meiner Lieferanten sind persönlich bekannt und es bestehen sehr langjährige Geschäftsverbindungen. In regelmäßigen Gesprächen sind wir zu 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 und sehe bisher keine Alternative

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

Verifizierungsindikatoren

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

2022	60 %
2023	80 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Im Mobilfunk bin ich zum GWÖ-bilanzierten Anbieter WeTell gewechselt, obwohl ich jetzt mehr zahle.

Ich habe deutlich bewusster eingekauft, ökologische Aspekte berücksichtigt und insgesamt einen noch deutlicheren 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.

Im Bereich Mobilität bin ich sehr auf mein Auto(11 Jahre alt) angewiesen. Dennoch werde ich im nächsten Jahr eine Bahncard25 erwerben und so oft es irgendwie geht, mit der Bahn fahren.

A1.2 Negativaspekt: 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.

Verifizierungsindikator

- Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch riskant bzw. ethisch unbedenklich sind
Wurde nicht erfasst bisher

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 gelegentliche 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.

Verifizierungsindikatoren

- Durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehung zu Lieferant*innen
 - Autowerkstatt 31 Jahre
 - Steuerberatung 20 Jahre
 - GLS Bank Mitglied 13 Jahre
 - All in one spirit: 8 Jahre
- Geschätztes Verhältnis des Anteils an der Wertschöpfung zwischen Unternehmen und Lieferant*innen
 - Nicht bekannt

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Bei jeder Beschaffung achte ich inzwischen auf GWÖ- und Nachhaltigkeitskriterien. Meine Homepage www.gerlinde-lamberty.de wird gehostet bei BIOHOST, die seit 18 Jahren Vorreiter in Sachen Greenhosting sind.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Befragung der Lieferant*innen

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.

Verifizierungsindikatoren

- Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt

Bei meinen Lieferant*innen haben nur die GLS Bank und WeTell ein Label. Andere haben unterschiedliche Formen von Nachhaltigkeitsberichterstattung. 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

Lange wurde das nicht explizit thematisiert. Inzwischen kann ich das für mind 50 % bestätigen

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: s.o.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Meinen Dienstleistern im Bereich Energie, Versicherungen und Telekommunikation wollte ich zukünftig Anfragen zukommen lassen, allerdings warte ich nun aufgrund der CSRD-Anforderungen, was ich im nächsten Jahr dort vorfinde. Dennoch werde ich mich verstärkt nach nachhaltigeren, idealerweise gemeinwohlabilanzierten Alternativen umsehen.

A2.3 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Berichtsfragen

- Inwiefern besitzt das Unternehmen Marktmacht gegenüber Lieferant*innen und wie wird sie eingesetzt?
- Hat das Unternehmen Hinweise darauf, dass seine Lieferant*innen unter seiner Marktmacht, insbesondere hinsichtlich Zahlungs- und Lieferbedingungen, leiden?

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

- Welche Beschwerden bzw. negative Berichterstattung gab es im letzten Jahr diesbezüglich? keine

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Verbesserungspotenziale:

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche und wie viele Rohstoffe und Materialien werden in der Produktion aufgewendet?
- Welche Arten 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 Wettbewerb hinsichtlich ökologischem Einkauf?

Schädliche Umwelteinflüsse in der Zulieferkette gibt es durch die Nutzung meines Diesel-Fahrzeugs, aber auch durch CO₂-Belastung im Rahmen meiner Internet-/Online-Aktivitäten, Produktion von Drucker, Smartphone und Laptop, usw

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

Regional(nächstes Dorf) habe ich z.B. einen Ort für Besprechungen und ausgewählt, u.zw. eine Suchthilfeeinrichtung mit ganz besonderem Konzept, gleichzeitig gemeinwohlbilanzierter Demeterbetrieb, Seminarscheune und Brasserie.

Eine große Veränderung habe ich herbeigeführt, weil ich meinen Konsum nochmals deutlich eingeschränkt habe. Ein Laptop habe ich in 2023 gekauft. Mein Smartphone ist ein refurbished-Gerät, das vorherige habe ich 7 Jahre genutzt,

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

Meine gemietete Wohnung (dort habe ich meinen Arbeitsplatz) 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.

Verifizierungsindikatoren

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

2022	55 %
2023	65 %

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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: s,o,

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. Bürobedarf werde ich zukünftig beim GWÖ-bilanzierten Unternehmen www.kissing-team.de kaufen

A3.2 Negativaspekt: 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 Jahren meine Fahrleistung von 35.000 km/Jahr mehr als halbiert auf 12400 km. Da wir keine Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel haben, mit denen ich meine Kunden in vertretbarer Zeit erreichen kann, bin ich auf ein Auto angewiesen.

Verifizierungsindikator

- Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die mit unverhältnismäßig hohen Umweltauswirkungen einhergehen

Nicht erfasst, aber geringfügig

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 meinen 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.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: s.o.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

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 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.

Verifizierungsindikatoren

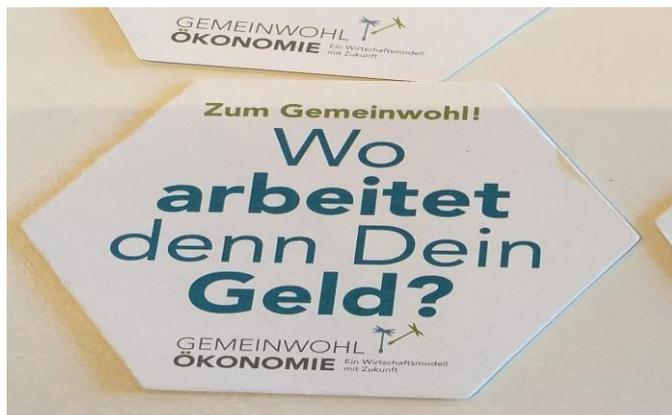
- Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt **0 %**
- Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Wo immer möglich, werde ich das Thema Nachhaltigkeit thematisieren

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.

Verifizierungsindikatoren

- Eigenkapitalanteil **100 %**
- Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche **ca 33 %**

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Finanzielle Situation des Unternehmens wurde stabilisiert

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Weiter so

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

Verifizierungsindikatoren

- Fremdkapitalanteil (%-Anteil Fremdkapital) **0 %**
- Finanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart (in Tsd. EUR)

Es gibt keine Finanzierung

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Weitere Zusammenarbeit mit der GLS Bank.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

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

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen

Berichtsfragen

- Welche Finanzpartner*innen hat das Unternehmen?
- 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/>

Verifizierungsindikator

- Bis zu drei wesentliche Finanzpartner*innen; jeweils Partnerinstitut, Finanzprodukt und Geschäftsumfang (Jahresvolumen) mit dem Partnerinstitut

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
- Planung Autokauf und Bürorumzug
- Weiterbildung, Fortbildungen, Coaching
- Weiterer Aufbau meiner Altersversorgung

Der Bedarf wird durch laufende Einnahmen gestaltet.

Seit 2022 konnte ich wieder etwas für meine Altersversorgung tun.

- 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.

Verifizierungsindikatoren

- Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit* (in Tsd. EUR)

	2022	2023
Mittelüberschuss	18.137,00	47.602,10

- Gesamtbedarf Zukunftsausgaben (in Tsd. EUR) laufende Kosten s.u.
- 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) -

*Mittelüberschuss ist ein Cashflow- und kein Ergebnisbegriff; das Thema beschäftigt sich sehr grundsätzlich mit der Verwendung verfügbarer Geldmittel.

	Betrag	Strategischer Aufwand
2023	1699,- €	Laptop
2023	4233,- €	Bewegungsabgabe GWÖ 2023
2023	6570,- €	Fortbildung Coaching
		Zukunftsausgaben
2024	3600,- €	Fernstudium Sustainability Managerin
2024	3000,- €	Bewegungsabgabe
2024	10.000,- €	Nachzahlung Umsatzsteuer

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Im Berichtszeitraum konnte ich meine monatliche Privatentnahmen um 1000,- € erhöhen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Meine Altersvorsorge weiter ausweiten, da ich eine geringe Rente erhalten werde.
- ⊖ Weiterbildung: GWÖ-Fortbildungen, CSRD/ESRS/VSME usw

B2.2 Negativaspekt: Unfaire Verteilung von Geldmittel

nicht zutreffend – alle meine Geldmittel werden fair eingesetzt.

Berichtsfragen

- Aus welchem Grund wird/wurde ein Standort trotz Gewinnlage verlagert oder geschlossen?
- Aus welchem Grund werden im Unternehmen trotz stabiler Gewinne Arbeitsplätze abgebaut?
- Aus welchem Grund werden zweistellige Renditen als Kapitalerträge an nicht im Unternehmen tätige Gesellschafter*innen ausbezahlt?

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Verbesserungspotenziale:

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

B3.1 Soziale und ökologische Qualität von Investitionen

Berichtsfragen

- Welche Sanierungsziele an/in den eigenen Anlagen haben soziales und ökologisches Verbesserungspotenzial?
- Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt und welche Förderprogramme können genutzt werden?
- Wie wird bei Investitionsentscheidungen das Berücksichtigen ökologischer und sozialer Aspekte gesichert?
- Welche Sanierungen wurden/werden konkret vorgenommenen?

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, IT-Wartung)

Weitere Investitionen sind derzeit nicht geplant.

Verifizierungsindikatoren

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

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.

Inzwischen konnten wieder Rücklagen gebildet werden, die für plötzlich auftretende Ersatz- oder Reparatur-Herausforderungen zur Verfügung stehen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Sobald die Gewinne den persönlich notwendigen Entnahmebedarf übersteigen, möchte ich gewinnabhängig sozial-ökologische Projekte z.B. über das GLS Crowdfunding mitfinanzieren. Bei meinen Investitionen werde ich jeweils Kriterien für eine Verbesserung des sozialen und ökologischen Stands berücksichtigen.

B3.2 Gemeinwohlorientierte Geldanlagen

Berichtsfragen

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

Seit 2022 beteilige ich mich mit privaten Mitteln an Startups/Crowdfundings aus dem Grünen Bereich

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

Informationen zu meinen privaten Investis erhalte ich über verschiedene Informationsquellen: GLS Bank, fairfinance guide, MehrWert GmbH, usw

Verifizierungsindikatoren

- Finanzierte Projekte (in Tsd. EUR; % der Geldanlagen)
- Fonds-Veranlagungen (in Tsd. EUR; % der Geldanlagen)

Verbesserungspotenziale/Ziele:

weitere sozial-ökologische Projekte z.B. über das GLS Crowdfunding mitfinanzieren.

B3.3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Berichtsfragen

- Welche ökologisch bedenklichen Ressourcen werden für das Geschäftsmodell eingesetzt?

Bezogen auf das Geschäftsmodell sehe ich keine Abhängigkeiten von ökologisch bedenklichen Ressourcen

- Welche Maßnahmen zur Reduktion entsprechender Abhängigkeit wurden geplant oder sind in Umsetzung und welche Wirkung wird damit erreicht?

Bezogen auf das Geschäftsmodell sehe ich keine Abhängigkeiten von ökologisch bedenklichen Ressourcen

- Was bedeutet ein Ausstieg aus fossilen Energieträgern für das Unternehmen?

B4 Eigentum und Mitentscheidung

Für EPU ist das Thema B4 nicht zutreffend

B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

Berichtsfragen

- Wer sind die Eigentümer*innen, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?
- Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?
- Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer*innen gesichert und wie werden neue Eigentümer auf diese Aufgaben vorbereitet?
- Wie wird das Erweitern und Verbreitern der Eigentümer*innenstruktur gefördert?
- Wie hat sich die Eigentümer*innenstruktur in den letzten Jahren entwickelt und wie wird die Veränderung abgesichert?

Verifizierungsindikatoren

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

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

B4.2 Negativaspekt: Feindliche Übernahme

Berichtsfragen

- Welche Begründung gibt es für eine bereits erfolgte oder geplante feindliche Übernahme?
- Wie kann das Unternehmen vor feindlichen Übernahmen geschützt werden?

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, sowie Formen von Achtsamkeit in meinen Alltag zu integrieren.

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:

- Peergroup mit 5 großen Unternehmen
- Symposium „Neue Schulen, neue Wirtschaft – miteinander Zukunft gestalten“
- Schulprojekt „Entspannte selbstwirksame Schule“ (über 5 Jahre)
- Entwicklung eigener Produkte: Schlaf-gut-Training, JAZUMI®, Amygdala-Balance.
- Bilanzierung 1. Deutsche Kirchengemeinde

- 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. Sollte ich einen Konflikt wahrnehmen, suche ich das Gespräch. Ein offener Austausch mit GWÖ-Kollegen hat sich als sehr unterstützend herausgestellt. Zu Fehlern meinerseits stehe ich und suche das Gespräch, um ein gutes weiteres gemeinsames Vorgehen abzustimmen

- 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 danach 3 andere im Aufbau beratend unterstützt, bzw die Konzeption mitgestaltet.

Verifizierungsindikatoren

- 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.

2022	Verschiedene Themen als online-Angebote
------	---

2023	Nicolas Janni: Leader as Healer
2023	Coaching Persönlichkeitsentwicklung Epigenetik

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 Gemeinwohlökonomie.

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.

In 2024 werde ich ein Fernstudium „Sustainability Managerin“ wahrnehmen, sowie verschiedenen Formate zur Weiterentwicklung in der CSRD/ESRS/VSME-Thematik.

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 10 Jahren durch wissenschaftlich fundierte Messungen abbilden (Mesana 48-Std-Messung), sowie 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 leichter Umgang mit belastenden Situationen“

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

Nicht erst seit der Pandemiezeit gibt es einen viel zu hohen Medienkonsum und dadurch zu wenig Ruhemomente für das Gehirn. Auch 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 faulenz.

Die Bewegungseinschränkung beim Laufen und ein Sturz im Dezember 2020 führten zu einer Hüft-OP im Herbst 2023. Mit Aquagymnastik, Bellikontraining, Physio, walken, und seit kurzem auch wieder Fahrradfahren steigere ich meine Beweglichkeit langsam wieder.

Verifizierungsindikatoren

- Gesundheits-/Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung); Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen 5 Tage
- Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle keine
- In Anspruch genommene Angebote durch die Mitarbeitenden: Inhalte + Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden

C1.3 Diversität und Chancengleichheit

Dieser Bereich hat für mich keine Relevanz, da EPU

Berichtsfragen

- Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von sowie im Umgang mit Mitarbeitenden und welche Betriebsvereinbarungen bzw. Maßnahmen gibt es bereits?
- In welchen Bereichen könnten sich (potenzielle) Mitarbeitende benachteiligt fühlen und was wird dagegen getan?
- Welche Maßnahmen wurden bereits ergriffen, um (hierarchische) Unterschiede auszugleichen und besondere Talente zu fördern?

Verifizierungsindikatoren

- Demografische Verteilung der Mitarbeitenden im Unternehmen in Hinblick auf Dimensionen der Diversität (z. B. Alter, Geschlecht, Ethnie, körperliche/psychische Einschränkungen, sexuelle Orientierung, Religion – sofern erhebbar und relevant) sowie getrennt nach Führungsebenen
- In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit/Diversität: Inhalte und Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden
- Gesellschaftliche Diversität des Umfelds (zumindest nach den Kerndimensionen von Diversität)
- Anzahl von Vätern-/Mütter-Karenz in Monaten
- Nach den Dimensionen aufgeschlüsselte Anzahl von Neueinstellungen/Fluktuationen

C1.4 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Berichtsfragen

- In welchen Bereichen gibt es (potenzielle) menschenunwürdige Arbeitsbedingungen, die noch nicht dem angestrebten bzw. gewünschten Standard entsprechen?
- Welche Rückmeldungen dazu gibt es beim Betriebsrat bzw. der Personalabteilung?
- Wie wird auf mögliches Fehlverhalten im Unternehmen aufmerksam gemacht?

Verifizierungsindikatoren

- Statement von Betriebsrat und/oder Personalabteilung zu diesen Fragen
- Gerichtsprozesse/Rechtsverfahren bzgl. Verletzung des Arbeitsrechts, die es im Berichtszeitraum gab
- Anzahl/Inhalt der Beschwerden von Seiten des Betriebsrates bzw. der AK bzw. der Gewerkschaft im Berichtszeitraum sowie Reaktion auf diese Beschwerden

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?

Ich entnehme privat eine feste monatliche Summe von 1500 Euro als Privatentnahme, ab 2023 sind es 2500 Euro. Größere Summen werden bei Bedarf mit der finanziellen Situation des Unternehmens abgeglichen und nur entnommen, wenn die Eigenkapitalstabilität nicht gefährdet wird

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

Nach der Pandemiezeit und dem Wegbrechen meiner Aufträge ist es mir gelungen, wieder eine stabile Auftragslage zu erreichen und damit meinen „lebenswürdigen Verdienst“ zu ermöglichen.

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

Verifizierungsindikatoren

- Höchst- und Mindestverdienst (*innerbetriebliche Spreizung*)
- Medianverdienst
- Standortabhängiger "lebenswürdiger Verdienst" (für alle Betriebsstandorte)

In Deutschland beträgt dieser Wert 1.235,00- 1900,- EUR/Monat

Ich habe unterschiedliche Aussagen gefunden.



Nach meiner 1. GWÖ-Bilanz habe ich im Januar 2020 einen Arbeitsvertrag mit mir selbst unterschrieben. (Anlage) Die wöchentliche Stundenzahl habe ich in 2023 um 2 Stunden erhöht. Hierdurch entsteht nochmal ein bewussterer Umgang mit meiner Selbständigkeit und meiner Zeit.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Ich möchte in 2024 wieder auf 28 Wochenstunden zurückkommen.

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

Ich erfasse meine Arbeitszeit wöchentlich nachträglich im Rahmen meines sind variabel gestaltbar.

Aufgrund meiner früheren beruflichen Ausrichtung Wochenabschlusses.

Dies ist festes Ritual und stellt sicher, dass ich meine Arbeitszeit und somit auch meine private Zeit im Blick habe.

Beginn und Ende der täglichen Arbeitszeit richten sich nach den betrieblichen Anforderungen und 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.

Als Unternehmerin hab ich alle Möglichkeiten, selbstbestimmt meine Zeit zu gestalten. Dabei ist immer genügend Möglichkeit zur Gesellschaftlichen Teilhabe(s.E2).

Verifizierungsindikatoren

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

Die regelmäßige wöchentliche Arbeitszeit beträgt derzeit 28 Stunden, in 2023 waren es 30 Stunden

- Tatsächlich geleistete Überstunden keine

Verbesserungspotenziale/Ziele:

In der Pandemiezeit habe ich sehr viel ehrenamtlich für die GWÖ gearbeitet. Hier möchte ich meine Stunden erfassen und auch begrenzen. Ehrenamtszeit separat zu erfassen ist mir leider zu aufwendig und nicht mehr mein Ziel. Ich werde versuchen, es in meine wöchentlich Zeiterfassung mit einzugliedern

C 2.3 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. Hierzu gestalte ich ein festes Ritual: siehe oben. Zeitintensive Phasen werden immer gezielt ausgeglichen. Wenn ich in einer Woche z.B. mehr Stunden als vereinbart gearbeitet habe(z.B. Mehrtagesseminare oder besondere Konstellationen), wird das sofort in der nächsten Woche ausgeglichen. Das ist bisher auch immer gelungen.

Verifizierungsindikatoren

- Auflistung aller möglichen Arbeitsmodelle
- Anzahl der Führungskräfte/Mitarbeitenden mit individuellen Arbeitsmodellen (z. B. Teilzeit, Jobsharing)

C2.4 Negativaspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfragen

- Kann für alle Mitarbeitenden ein "lebenswürdiger Verdienst" sichergestellt werden und falls nicht, was sind die Gründe dafür? Das ist gewährleistet
- Welche Rolle spielt die "investierte" Arbeitszeit bei der Erreichung von Karriereschritten oder der Bewertung des Engagements der Mitarbeitenden?
- Welcher Verdienst ist für Hilfskräfte und in Ausbildung befindliche Mitarbeitende (z. B. Schüler, Auszubildende, Praktikanten, Werkstudenten) gerechtfertigt?
- Welches Risiko tragen Zeitarbeitende (z. B. bei Saisonarbeit) und welche Konditionen können einen Risikoausgleich schaffen?
- Wieviel Befristung bei den Arbeitsverträgen bringt die Interessen von Organisation und Mitarbeitenden zusammen?

Verifizierungsindikatoren

- Standortabhängiger "Lebenswürdiger Verdienst" 1500,- bis 1900,- €
- Gewinn 2022: 18.137,-€; 2023: 47602,-€
- Mitarbeitendenanzahl 1
- Höchst- und Mindestverdienst
- Anzahl der Pauschalverträge
- Anzahl der Null-Stunden-Verträge
- Mindest- und Maximalvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden
- Anzahl aller Beschäftigten (inkl. Zeitarbeitenden)
- Anzahl der Zeitarbeitenden
- Laufzeit von befristeten Arbeitsverträgen
- Anteil von befristeten Arbeitsverträgen
- Verlängerungspraxis von befristeten Arbeitsverträgen

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 1 Mal wöchentlich. 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, 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)

Bei meiner Seminar- und Workshopverpflegung wird immer nach folgenden Kriterien geordert: vegetarisch und dann regional, saisonal und biologisch angebaut.

Das ist fast nirgendwo mehr ein Problem.

Verifizierungsindikator

- Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft

Meine Lebensmittel waren zu ca. 50 % aus ökologischer Herkunft. Hier sind meine Einkäufe gemeint und mein selbst gezoogenes 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. 70 % 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. Zukünftig habe ich einmal wöchentlich die Möglichkeit Gemüse von einem Hof zu erwerben, der „Market Gardening“ gestaltet.

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 umweltbewusstes Mobilitätsverhalten stellt das Unternehmen bereit – auch bei Dienstreisen?

Derzeit keine

Verifizierungsindikator

- Anteil der Anreise mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß

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 von 35.000 km vor Corona weiter senken können, durch ganz bewusstes umorganisieren und der Nutzung von Online-Möglichkeiten. Ein Viertel davon ist privat:

2022: 12.140 km

2023: 12.330 km

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

In 2024 möchte ich eine Bahncard erwerben und jede Fahrt zu Kunden oder Veranstaltungen prüfen, ob diese Alternative möglich ist.

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 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 18-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. Handabdruck statt Fußabdruck, Wie ist mein Product Carbon Footprint, Regenerative Nachhaltigkeit-regenerative Wirtschaft

Verifizierungsindikatoren

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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

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

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Die bereits geschilderten umgesetzten Massnahmen werden in der Weise fortgesetzt.
In 2024 werde ich ein Fernstudium „Sustainability-Managerin“ wahrnehmen.

C3.4 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens

Berichtsfragen

- Welche der untenstehenden Negativaspekte treffen im Unternehmen zu?

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

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz nicht relevant, da EPU



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. Ich schätze "absichtlose" Akquise. 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 geworden.

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.

“Erhobene Zeigefinger” sind in meiner Wahrnehmung kontraproduktiv. 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.

Verifizierungsindikatoren

- Übersicht Budgets für Marketing, Verkauf, Werbung: Ausgaben für Maßnahmen bzw. Kampagnen
- Art der Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden: fixe und umsatzabhängige Bestandteile in %
- Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: ja/nein

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

Jahr		Betrag
2022	Zoom-Account	169,90
2022	Roll-up incl Design	509,50
2023	Zoom-Account verlängert	169,90

Pressearbeit: bei Suchmaschinen finden sich zahlreiche Zeitungsberichte

Regelmäßig veröffentliche ich in meinen sozialen Netzwerken LinkedIn und Facebook, um GWÖ-News zu veröffentlichen und die Posts Gleichgesinnter und der GWÖ weiter zu verteilen.

Außerdem wird dort immer wieder über Auftritte, Vorträge oder Testatverleihungen berichtet. Es gibt keine Umsatzvorhaben.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Ab 2022 möchte ich meine Newsletter- oder social-media- Aktivitäten gezielter einsetzen und ausweiten. Davon habe ich mich verabschiedet, da es einfach nicht zu mir passt. Meine Kunden bekomme ich bisher alle über persönliche Kontakte.

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. Für mich gibt es immer wieder den Satz "der Wunsch, eine GWÖ-Bilanz zu erstellen, sollte nicht am Geld scheitern".

- 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?

Meine Arbeit online anbieten zu können, ermöglichte während der Pandemie zu arbeiten, ohne Menschen einer Ansteckungsgefahr auszusetzen. Außerdem erspart es Autofahrten. Meine Homepage ist barrierefrei.

Für geheingeschränkten Personen biete ich für Coachings Hausbesuche an.

- Ausschließlich für B2B: Wie wird sichergestellt, dass kleinere und gemeinwohlangagierte Unternehmen mindestens gleichwertige Konditionen und Services wie Großabnehmer*innen 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

Verifizierungsindikator

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

Im Berichtszeitraum 2022– 2023 gab es wenige Situationen, wo Sondervereinbarungen getroffen wurden. Der %uale Umsatzanteil liegt geschätzt bei 2 Prozent

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.

D1.3 Negativaspekt: Unethische Werbemaßnahmen

Berichtsfragen

- Welche konkreten Werbe- oder Verkaufsmaßnahmen sind kritisch oder könnten unethisch sein? Warum? Und was wären ethische Alternativen?
- Welche Werbemaßnahmen gehen über eine informative Homepage, neutrale Produktinformationen, Nutzungshinweise oder Wissensvermittlung hinaus?

Verifizierungsindikator

- Anteil der Werbeausgaben, die auf ethische und unethische Kampagnen entfallen.

Unethische Massnahmen aller Art werden abgelehnt

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

- 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. Sie ist meine Kooperationspartnerin ebenso in der Bilanzierung sonstiger kommunaler Strukturen.

Regelmäßig hospitieren Kolleg*innen bei einer Peergroup-Bilanzierung. Für zukünftige Bilanzierungen gibt es eine Liste von Kollegen, die hospitieren möchten (Bestandteil der Ausbildung zum zert. Berater*in).

Ich habe des Weiteren Kollegen aus den Bereichen Finanzen, ökologische

Berechnungen, Handwerk,, die für Teile des Prozesses hinzugezogen wurden.

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. Hierzu gibt es immer wieder Fragen für andere Kirchengemeinden, wo ich gern im kollegialen Austausch unterstütze.

Themen zur weiteren Entwicklung der GWÖ sind ebenfalls Thema und hier beteilige ich mich regelmäßig an Arbeitsgruppen und unterschiedlichen Kolleg*innen

- 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.

In 2023 gab es intensive Auseinandersetzung mit den Themen CSRD/ESRS/VSLM Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz usw. und kollegialen Austausch verschiedenster Art.

Verifizierungsindikatoren

- 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. 190 Std/Jahr kooperatives Arbeiten . Dazu zählen:

- ca 48 Std monatliches Treffen Koordinationsteam DACH
- ca 66 Std Erarbeitung CSRD-Themen usw
- ca 55 Std Koordinatorin AK Beratung Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland
- ca 24 Std Vernetzungstreffen

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

Mit verschiedenen erfahrenen Kolleg*innen ist es jederzeit möglich, eine individuelle Fragestellung zu klären oder einen Tip zu erhalten. Sogar Unterlagen oder Material wird weitergegeben.

Meine zahlreichen Vorträge im Bereich Wirtschaft, Zivilgesellschaft und Verbänden sind eine Form von Lobbying und tragen zur Erhöhung des Bekanntheitsgrads der GWÖ bei. Daraus erwachsen neue vertrauensvolle Vernetzungen und im nächsten Jahr werden neue Projekte starten.

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
- Organisation Vorträge Regenerative Landwirtschaft und "Market Garden"

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Meine Öffentlichkeitsarbeit wird in gewohnter Weise fortgesetzt.

Weitere Ausweitung der Kooperationen werden angestrebt.

Die Fortbildung zur „Kommunalberaterin“ werde ich nicht wahrnehmen, sondern ein Fernstudium zur Sustainability Managerin

D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen

Berichtsfrage

- 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 Kolleg*innen sehr oft Reflektionen zu erfolgten oder geplanten Angeboten.

Hier ist zu nennen, dass ich regelmäßig die Kolleg*innen HSR

(Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland) über Themen aus dem KOO-Team informiere

Verifizierungsindikatoren

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, z.B.gab es mit dem Berater*innen Netzwerk GWP(Gemeinwohlwirtschaftspartner) wöchentlich einen Jour fixe zur Entwicklung gemeinsamer Aktivitäten.

Mit 4 Kolleg*innen gibt es immer wieder intensive Hilfestellung bei Fragen bzgl.

Kundenangebote oder Bilanzierungsfragen.

Bei anderen Branchen fällt mir der Austausch und die Vorstellung der GWÖ vor

Klimamanagern eine Landkreises ein. Hier stand insbesondere die Frage im Raum, dass Nachhaltigkeit mehr ist, als eine CO²-Bilanz.

Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen ...

- anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen
keine

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

(%-Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge)

Wie hoch beläuft sich die Summe an Finanzmittel, die an Unternehmen ...

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

0 %)

Verbesserungspotenziale/Ziel

Für 2025 gilt es, die praktische Kooperation in den Umsetzungsprojekten zu erproben und weiter auszubauen.

Eine Kooperation mit einer Hochschule (Studierende begleiten Unternehmen bei der Berichterstellung) und einer Wirtschaftsförderung sind in der Planung.

Bei der Bilanzierung einer Schule bin ich auf der Suche und möchte eine Kollegin einsetzen, die mit den Strukturen im Bildungsbereich vertraut ist.

D2.3 Negativaspekt: 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“

Verifizierungsindikatoren

- Findet ein wertender Vergleich (besser/schlechter bzw. im USP) mit der Leistung und den Angeboten von Mitunternehmen in der Kommunikation statt? **nein**
- Wird zumindest bei einem Produkt bzw. einer Dienstleistung eine Dumpingpreisstrategie verfolgt? **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? **Wird abgelehnt**
- 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

D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz)

Berichtsfragen

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

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

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

Auswirkungen gibt es auf jeden Fall durch die Nutzung diverser Geräte zur Internetnutzung und unserer Online-Arbeit. Dies wird bisher selten berücksichtigt. Ich möchte dazu mehr lernen.

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 und der Menschen zur Folge.

Ökologische Auswirkungen gibt es weiterhin durch die Nutzung meines PKW(VW Beetle, 11 Jahre alt, Diesel)

- 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?

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.

Im Berichtszeitraum konnte ich meine km-Fahrleistung deutlich senken, und auch in der Folgezeit die reduzierte KM-Leistung halten. (von ca 35.000 auf 12.500/12.534 in allen Jahren) Seit 2020 wird der Strom für meine Räume und die Internetnutzung über die neue Solaranlage erzeugt. Zugekaufter Strom ist Ökostrom. (ich bin Mieterin) Im Berichtszeitraum wurde aus dem Bereich Bürobedarf nur eine Packung Druckpapier und ein Set Druckerpatronen gekauft.

- 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 permanent durch die Themen und Inhalte meiner Arbeit, u.zw. ganzheitlich

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?

In meiner Sozialisation war maßvolle Nutzung allgegenwärtig, Sparsamkeit, Weiternutzung, Wiederverwendung usw. Sich da an Altbekanntes zu erinnern, aber auch Neues zu entdecken passt in unsere Zeit. Durch mein Vorleben und Kommunizieren fließt es in die Arbeit mit meinen Kund*innen ein.

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.

Im Rahmen der Beratung zu GWÖ-Themen hab ich die Möglichkeit, die Auseinandersetzung mit dem Thema Suffizienz gezielt auf die jeweilige Branche mit den Kunden zu durchdenken.

- 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.

D3.3 Negativaspekt: 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? Das 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



Arnsberger Betriebe erhalten Gemeinwohl-Zertifikat | 04:06 Min. | Verfügbar bis 01.02.2024

Arnsberger Betriebe erhalten Gemeinwohl-Zertifikat

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. Immer im Sinne meiner Ethikleitlinien 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.

In 2023 habe ich im Rahmen einer besonderen Unternehmenskonstellation (große Unternehmen) die vereinbarte Preisgestaltung geöffnet. Workshopanzahl, -Zeit und Arbeitsaufwand waren deutlich höher als bei kleineren Gruppen. Ich habe transparent meine Kalkulation/Berechnung geöffnet und dann angeregt, wie wir agieren wollen, dass alle Seiten zufrieden sind.

Nach anfänglicher Irritation ist das sehr gut gelungen.

- Werden Produkte und Dienstleistungen mit einer höheren Nachhaltigkeitswirkung gemeinsam mit Kund*innen entwickelt?
- Mit welchem Ziel wird Marktforschung eingesetzt?

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: Gemeindevorstand, 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.

Bei Workshops oder Coachings ergeben sich durch das intensive Miteinander immer wieder neue Ideen, wie eine Organisation die sozial-ökologische Transformation mitgestalten kann. Dies strukturiert weiterzuentwickeln macht mir große Freude. Da ich ein sehr breites Netzwerk habe, kann ich zu einzelnen Themen auch fast immer Experten empfehlen oder dazuholen

Verifizierungsindikatoren

- 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:

Ein nächster Schritt ist für mich, für Nachhaltigkeitsberichterstattung geeignete Software auszuwählen und einzusetzen

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.

Im Vorab erfahren Kunden im Gespräch, wie sich meine Preisgestaltung zusammensetzt und welche Zeitfenster damit „gebucht“ sind, bzw. dass bei Nichteinhalten unserer Termine, Zusatzstunden anfallen. Dies hat sich als wertvoll herausgestellt, was die Einhaltung der vereinbarten Termine betrifft

- 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. Dies habe ich im Berichtszeitraum nicht angeboten, da ich überwiegend mit Peergroups gearbeitet habe und dabei zu viele Einzelwünsche nicht zielführend sind
- .Bereits 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

Verifizierungsindikatoren

- 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

D4.3 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Berichtsfragen

- Enthalten die Produkte Schadstoffe für Kund*innen oder die Umwelt?
- Gibt es schädliche Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte?

Verifizierungsindikator

Anteil der Produkte mit Gefahrenstoffen oder Gebrauchsrisiken, die nicht transparent öffentlich deklariert werden (in % des Umsatzes).

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?

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

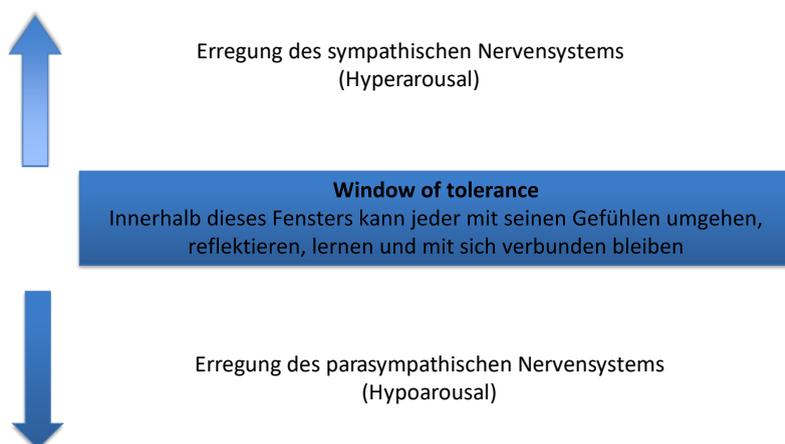
Organisationen, die sich durch Kreativität, Innovation und visionäre Gestaltungsvielfalt zeigt, hin zu einer enkeltauglichen Welt.

All meiner Arbeit zugrunde liegt der JAZUMI®Akzeptanz-Code

Der JAZUMI®Akzeptanz-Code lautet:

$$\left[\begin{array}{c} \text{Selbstakzeptanz} \\ + \\ \text{Regenerationsfähigkeit} \end{array} \right] = \left[\begin{array}{c} \text{Innovation} \\ \text{Gesundheit} \\ \text{Handlungsstärke} \end{array} \right]$$

Jazumi praktizieren heißt,
das **Window of tolerance** zu vergrößern



www.gerlinde-lamberty.de

Nach Dr. Dan Siegel <https://www.psychologytools.com/resource/window-of-tolerance/>

Wer in einer psychisch, mental und physisch ausgeglichenen Verfassung ist, hat intrinsisches Interesse und Neugierde an 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.

Warum dieser Ansatz so bedeutsam ist, erschließt sich aus der Theorie von Prof. Juhani Ilmarinen „Haus der Arbeitsfähigkeit“

Der Sockel eines Hauses besteht aus den Aspekten „körperliche, geistig-mentale und psychische Gesundheit“

<https://www.boeckler.de/de/magazin-mitbestimmung-2744-juhani-ilmarinen-entscheidend-ist-eine-gleichberechtigte-kommunikation-5823.htm>



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.

- über 5 Jahre das Schulprojekt RUHE-Stiftung (Kultusministerium)
- 2014 das Symposium „Neue Schule, neue Wirtschaft – miteinander Zukunft gestalten“
- 2017 habe ich das hierarchiefreie Pflegesystem Buurtzorg nach Deutschland geholt und mit Staatssekretär Laumann von Beginn an die Politik mit einbezogen. Bilanzierung der ersten Kirchengemeinde in Deutschland
- Ab 2020 Aufbau der GWÖ in der Region „Südwestfalen“



Verifizierungsindikatoren

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 (... %)
 - Negativ-Nutzen (... %)

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

Beratungsdienstleistung	Grundbedürfnisse erfüllt	SDGs	Luxus
Organisationsentwicklung	Alle, je nach Zielsetzung	3,4,5,8,9,10,11,12,13,15,16,17	0
Teamentwicklung	Alle, je nach Zielsetzung	3,4,5,8,9,10,11,12,13,15,16,17	0
JAZUMI-Coaching & Schlaf-gut-Training	Alle, je nach Zielsetzung	3,4,5,8,9,10,12,16,17	0
Gemeinwohlberatung Vorträge GWÖ	Alle, je nach Zielsetzung	3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17	0
Schulleitungscoaching & Schulentwicklung	Alle, je nach Zielsetzung	3,4,5,8,10,11,12,13,16,17	0

	Grundbedürfnisse	Im Berichtszeitraum erfüllt durch ...
1	Lebenserhaltung / Gesundheit / Wohlbefinden	Grundlage meiner Arbeit und meines Lebens, s. Haus der Arbeitsfähigkeit und JAZUMI-Formel,
2	Schutz / Sicherheit	Durch die Verbundenheit mit der eigenen Person entsteht weniger Unsicherheit im Außen
3	Zuneigung / Liebe	Ist in allem enthalten
4	Verstehen / Einfühlung	Eigenwahrnehmung, Kommunikationsvereinbarungen, Klarheit, Perspektivenwechsel, Bewusstsein für die Bedürfnisse anderer

Verbesserungspotenziale/Ziele:

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

Fernstudium Sustainability Managerin in 2024.

Mein Angebot zur Organisationsentwicklung „OMNR- organisation managed natural Regeneration“ möchte ich ausweiten.

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 über meine alltägliche Arbeit hinausgehen und die gesellschaftliche Wirkung haben.

Projekt/Dienstleistung	Interessensgruppen	Wirkung(Information,Wissen, Einstellung-, Verhaltens-, Lebensstiländerung)
Schulprojekt „Entspannte selbstwirksame Schule“ lief 5 Jahre(1 Std/Wo für alle 5. Klassen); Besuch von Staatssekretär und Einladung zur Präsentation des Projekts im Bildungsministerium	Schüler, Lehrer, Eltern, Bürger des Einzugsgebiets, Leser der Veröffentlichungen, Interessierte anderer Schulen, Bildungsministerium	I W EÄ VÄ LÄ
„Schlaf-gut-Training“ erfunden und Messung von Regenerationsfähigkeit mit Ingenieuren KIT weiterentwickelt. Projekt Polizei NRW „Besser schlafen und leichter Umgang mit belastenden Situationen“ (Evaluation nach Prof. Kallus, Uni Graz,	Mitarbeitende in unterschiedlichen Firmen, Polizisten, Wissenschaftler, Privatpersonen, Leser von Medienberichten	I W EÄ VÄ LÄ

Durchführung Prof. Jens Brand)		
Evaluation „Besser schlafen und leichter Umgang mit belastenden Situationen“ mit der Polizei in NRW	Polizeibeamte aus NRW	I W EÄ VÄ LÄ
Neues Pflegesystem „Buurtzorg“ dem Ministerium vorgestellt, Projektplanung und -start mit Staatssekretär für Pflege, damals Karl-Josef Laumann NRW, zwei Unternehmen ausgesucht und bis zum Umsetzungsstart begleitet	Politische Gruppierungen, kommunale Netzwerke, Pflegedienste, Pflegekräfte, Gesundheitseinrichtungen, Leser von Pressemeldungen, Bürger	I W EÄ
Symposium „Neue Schule, neue Wirtschaft“ – New Work in Schule und Wirtschaft	Schulbehörde, Lehrer, Schüler, New Work-Interessierte, Mitarbeiter unterschiedlicher Firmen	I W EÄ
Im Kontext der Kirchenbilanzierung starke Auseinandersetzung zum Thema Flächenvergabe, bzw. neue Kriterien zur Verpachtung wurde ich mehrfach angehört im Rahmen kommunaler und kirchlicher Projekte.	Eigene Gemeindemitglieder und anderer Gemeinden, auch Menschen außerhalb der Kirchenstruktur, Mitarbeitende innerhalb der Landeskirche, Bischöfin, Mitglieder Kreistag	I W EÄ

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. Zusammenfassend trägt meine Arbeit dazu bei, dass Menschen gut miteinander agieren, dabei gesund bleiben und einen Mehrwert zu einer Welt für unsere Enkel beitragen mögen. Die Werte der GWÖ sind dabei ein sehr geeigneter Rahmen, dies strukturiert zu tun.

Gespräche ergeben sich in unterschiedlichen Kontexten, sowohl im privaten, als auch im beruflichen 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. So kann meine Arbeit dazu beitragen, dass immer mehr Bewusstsein in der Gesellschaft entsteht.

Verifizierungsindikatoren

- Art und Anzahl der Aktivitäten/Maßnahmen pro Jahr

Pro Monat halte ich 1 – 2 Vorträge 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 ermitteln, nimmt mir zuviel Zeit, die ich wertvoller für andere Themen einbringen kann. Die Entwicklung meines Unternehmens geschieht durch Empfehlungen, Anfragen Aufträge, usw., die auch ein Zeichen dafür sind, dass ich Menschen erreiche

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

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

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Mein Wunsch ist, Kooperationen mit Kolleg*innen auszuweiten und die GWÖ auch in Hessen bekannter zu machen und zur Vernetzung der einzelnen Akteure beizutragen.

Meine Ziele für den Berichtszeitraum konnten alle erfüllt werden.

Jetzt geht es an die Umsetzung eines großen Projektes in Südwestfalen und in Hessen Plane ich, eine Kooperation mit einer Hochschule, wo Studierende in die Arbeit mit Unternehmen einbezogen werden und so unmittelbare Einblicke bekommen, welche Bedeutung Nachhaltigkeit für Unternehmen hat.

E1.3 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

- Welche direkten und indirekten negativen Auswirkungen haben die Produkte und Dienstleistungen auf das Leben und die Gesundheit von Lebewesen?

Meine Angebote haben keinerlei negative Auswirkungen auf Mensch und Biosphäre

- Welche Auswirkungen haben sie auf die Freiheit von Menschen und auf die Biosphäre unseres Planeten?

Meine Angebote haben keinerlei negative Auswirkungen auf Mensch und Biosphäre

Verifizierungsindikatoren

- Umsatzanteil der hier aufgelisteten unethischen Produkte und Dienstleistungen
- Kund*innenanteil, die ihrerseits derartige Produkte herstellen bzw. vertreiben

Trifft nicht zu

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

Nettoabgaben		EUR	
E2	Abgaben der ArbeitgeberInnen	Lohnsummenabhängige Steuern	0
		Sozialversicherungsbeiträge der ArbeitgeberInnen	0
E2	Abgaben der Mitarbeitenden	Summe der Lohnsteuern	0
		Summe der Sozialversicherungsbeiträge der Mitarbeitenden	0
E2	Effektiv gezahlte Ertragsteuern	Einkommensteuer	6071,06
		Körperschaftsteuer	0
		Landesspezifische sonstige Steuern, z.B. Gewerbesteuer (Deutschland)	0
		Sozialversicherung der Selbständigen	1802
Summe Nettoabgaben			7873,06
Wertschöpfung			
E2	Umsatzerlöse		35254,02
	+/- Bestandsveränderun + Bestandserhöhung, - Bestandsminderung		0
	+ Aktivierte Eigenleistungen		0
	+ sonstige Erträge		0
	+ Subventionen	Summe aller unternehmensbezogenen Subventionen und Förderungen	0
	- Vorleistungen	Rohstoffe, Materialien, Handelsware, alle Bearbeitung, die auswärts geschieht (Aufwand für Lohnherstellung), sonstiger betrieblicher Aufwand, auch geschäftliche Mitgliedsbeiträge, oder einfach insgesamt Übernahme der Einkaufssumme aus A1 als Minusbetrag -	17156,76
E2	- Spenden	freiwillige Beiträge zum Gemeinwesen	1642
	- Abschreibungen		0
= Wertschöpfung			18137,26
Nettoabgabenquote		Nettoabgaben / Wertschöpfung JAHR	43%

Nettoabgaben		EUH	
E2	Abgaben der ArbeitgeberInnen	Lohnsummenabhängige Steuern	0
		Sozialversicherungsbeiträge der ArbeitgeberInnen	0
E2	Abgaben der Mitarbeitenden	Summe der Lohnsteuern	0
		Summe der Sozialversicherungsbeiträge der Mitarbeitenden	0
E2	Effektiv gezahlte Ertragsteuern	Einkommensteuer	12809
		Körperschaftsteuer	0
		Landesspezifische sonstige Steuern, z.B. Gewerbesteuer (Deutschland)	0
		Sozialversicherung der Selbständigen	1803
Summe Nettoabgaben			14612
Wertschöpfung			
E2	Umsatzerlöse		86157,67
	+/- Bestandsveränderung + Bestandserhöhung, - Bestandsminderung		0
	+ Aktivierte Eigenleistungen		0
	+ sonstige Erträge		0
	+ Subventionen	Summe aller unternehmensbezogenen Subventionen und Förderungen	0
	- Vorleistungen	Rohstoffe, Materialien, Handelsware, alle Bearbeitung, die auswärts geschieht (Aufwand für Lohnherstellung), sonstiger betrieblicher Aufwand, auch geschäftliche Mitgliedsbeiträge, oder einfach insgesamt Übernahme der Einkaufssumme aus A1 als Minusbetrag	38889,85
E2	- Spenden	freiwillige Beiträge zum Gemeinwesen	5821
	- Abschreibungen		0
= Wertschöpfung			47602,7
Nettoabgabenquote		Nettoabgaben / Wertschöpfung JAHR	31%

● Welche direkten materiellen Unterstützungen erhält das Unternehmen vom Gemeinwesen (z. B. unternehmensbezogene Subventionen und Förderungen)?
Es wurden keinerlei Subventionen oder Förderungen in Anspruch genommen.

● 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.

Verifizierungsindikatoren siehe oben

- Erlöse: Summe aller Umsätze plus sonstige (betriebsfremde) Erträge
- Abgaben:
 - o effektiv gezahlte Ertragsteuern (Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Kapitalertragsteuer)
 - o lohnabhängige Steuern und Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitgeber*innen
 - o Differenz aus Brutto- und Nettolohnsumme (Summe der Lohnsteuer und SV-Beiträge der unselbstständig Beschäftigten – sofern diese vom Unternehmen direkt einbehalten werden)
- Subventionen: Summe aller unternehmensbezogener Subventionen und Förderungen
- Wertschöpfung berechnet als:
 - o Nettoerlöse (Umsatz plus sonstige Erträge) zuzüglich Subventionen abzüglich Aufwendungen für Vorleistungen und Abschreibungen
 - o oder Summe der Löhne und Gehälter inkl. aller Abgaben, Zins- und sonstige Finanzaufwendungen sowie (Jahres)ergebnis

- Netto-Abgabenquote (in %): Die Summe der Abgaben wird auf die Wertschöpfung bezogen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Auch in 2024 werde ich meinen finanziellen Beitrag zum Gemeinwesen leisten. Dies ist bereits durch 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, Saarland, Rheinland-Pfalz und biete für die Kolleg*innen der Region Info- und Austauschtreffen an.
Ich nehme jährlich an der Sommerwoche und Beratertreffen teil
 - 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.
 - Jedes Jahr organisiere ich Vortragsorte/-termine für mein GWÖ-Projekt „OTEPIC – Permakultur- und Friedensdorf in Kenia“, www.otepic.
 - 2022 Keynote beim Südwestfalenfestival (JHV Wirtschaft für Südwestfalen) : Ethisches Wirtschaften am Beispiel der Gemeinwohl-Ökonomie
 - Mitglied Aktionsgemeinschaft „Rettet den Burgwald“
- Wie lässt sich der Eigennutzen dieser Maßnahmen in Relation zum gesellschaftlichen Nutzen bewerten?

Ein Eigennutzen ist bei meinem ehrenamtlichem 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

Verifizierungsindikator

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

2022 + 2023	Leistungen Gemeinwesen
144,-	Verein für Grundeinkommen
120,-	Aktionsgemeinschaft Rettet den Burgwald
220,-	OTEPIC Permakultur- und Friedensdorf in Kenia
200,-	Mitgliedsbeitrag GWÖ
4180,-	Für 2022/2023 sind mind. 190 Std/Jahr Ehrenamt zusammengekommen, die ich mit 12,- € verrechnet
Summe,- 4864,- €	

Verbesserungspotenziale/Ziele:

In der Folgezeit möchte ich mein bisheriges Engagement fortsetzen.

Mein Ziel, auch in 2024 wieder Bürgerräte mitzumoderieren und andere partizipative, die Demokratie stärkende Methoden zu platzieren und umzusetzen.

Für mein Kenia-Projekt OTEPIC organisiere ich für 2024 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.

E2.3 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung

Berichtsfragen

- Welche Risiken bestehen im Unternehmen bezüglich illegitimer Steuervermeidung?
Folgende Aspekte sind dabei besonders zu berücksichtigen:
 - Werden Gewinne zwischen Ländern verschoben? Was ist die Grundlage dafür?
 - Werden Zinsen, Lizenzgebühren oder sonstige Abgeltungen für immaterielle Leistungen an Unternehmen in anderen Ländern bezahlt?
 - Gibt es Geschäftspartner*innen in sogenannten Steueroasen?

- Besteht das Risiko, dass im Zuge der Finanztransaktionen Gelder undokumentiert in private Kanäle fließen oder Schwarzgeld gewaschen wird?
- Sind die wirtschaftlich Begünstigten aller Geschäfts- und Finanzpartner*innen offen deklariert?
- Sind die internationalen Finanztransaktionen transparent? Gibt es ein länderspezifisches Reporting?
- Welche Maßnahmen wurden im Unternehmen ergriffen, um diese Risiken zu bekämpfen?

Korruption lehne ich ab – es gibt keinerlei Parteispenden oder Lobbyismus

Verifizierungsindikatoren

Ist das Unternehmen Teil eines internationalen Konzerns, agiert es im Verbund mit anderen internationalen Partner*innen oder nimmt es an der digitalen Ökonomie (länderübergreifend) teil? In diesem Fall muss eine Offenlegung aller Niederlassungen, verbundenen Unternehmen oder Geschäftspartner*innen im Ausland, zu denen ein erheblicher Teil des Umsatzes (ab 10 %) abfließt, erfolgen.

Länderspezifisches Reporting:

- Umsatz
- Wertschöpfung: Gewinn vor Steuern plus Fremdkapitalzinsen plus Einnahmen aus Vermietung und Verpachtung
- Veranlagungsvolumen
- Anzahl der Beschäftigten, Bruttolohnsumme, Nettolohnsumme
- Steuerleistung und Sozialabgaben (gegliedert nach Abgabenarten: Ertragsteuern, Lohnsummensteuer etc.)
- Fördersumme
- Zinszahlungen und Zahlungen für immaterielle Leistungen (v.a. Lizenzgebühren) an ausländische Niederlassungen oder Partner*innen

Es gab im Berichtszeitraum keine Parteispenden und Lobbying-Aktivitäten. Für soziale und gesellschaftliche Zwecke engagiere ich mich über meine Mitgliedschaft in der Gemeinwohl-Ökonomie.

E2.4 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

Berichtsfragen

- Welche Korruptionsrisiken bestehen im Unternehmen, bei den Lieferant*innen und Kund*innen?
- Welche Maßnahmen wurden in den Bereichen Einkauf und Verkauf gesetzt, um Korruption effektiv zu verhindern?
- Wie sorgfältig wird mit Kontakten zu Amts- und politischen Entscheidungsträgern umgegangen?
- Welche Lobbying-Aktivitäten betreibt das Unternehmen?
- Welche Spenden erfolgen seitens des Unternehmens an politische Parteien?
- Wie wird Bewusstseinsbildung bei den Mitarbeitenden betrieben?
- Wie werden in den Entscheidungsprozessen Vorkehrungen gegen Korruption getroffen?
- Wie werden Interessenskonflikte (persönliche Interessen vs. Firmeninteressen) sichtbar gemacht und welche entsprechenden Verhaltensregeln gibt es?

Verifizierungsindikatoren

- Erfolgt eine Offenlegung von Parteispenden?
- Erfolgt eine Offenlegung aller Lobbying-Aktivitäten (Eintrag ins Lobbying-Register) und Lobbying-Aufwendungen?
- Werden Mitarbeitende aufgefordert, Korruption anzuzeigen und wird ihnen entsprechender Schutz (Anonymität) zuteil?
- Gibt es eine Zweckbindung und Kontrolle des Budgets für soziale und gesellschaftliche Zwecke (siehe Positiv-Aspekt: Wirksame Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens)?

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Verbesserungspotenziale:

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)

Meine Arbeitsprozesse erzeugen auf jeden Fall CO₂-Emissionen. Hauptbestandteil ist meine Mobilität. Hier habe ich im Berichtszeitraum

	2022	2023
Gefahrenre Kilometer	12140	12.330
Dieserverbrauch	784,73 l	846,54 l
CO ₂ -Emissionen	3,5 t (my climate)	3,6 t (myclimate)

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

● Ich bin Mieterin und nutze meine Wohnung zum Arbeiten	2022	2023
Abwasser in m ³	16 m ³	?
Frischwasser in m ³	16 m ³	14,4 m ³
Strom Lichtblick	1112 kWh	? kWh
Photovoltaik	9115 kWh	? kWh

Andere Verbräuche		
Samsung Galaxybook 02/23		
Druckpapier 2,5 kg	2,4 CO ² eq	
1 Set HP Druckerpatronen		

Meine Daten für 2023 liegen mir noch nicht vor. Ich gehe davon, dass sie gleich geblieben sind.

Verifizierungsindikatoren

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 und Kühlenergie (in Bezug auf die jeweilige Durchschnittstemperatur) (in kWh/°C) (gemeint ist der Energieaufwand, um Räume auf Arbeitstemperatur zu klimatisieren)
- Verbrauch von Trink- und Regenwasser in m³
- Chemikalienverbrauch (giftig, ungiftig) in kg
- Papierverbrauch in kg
- Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien in kg
- Kunstlichteinsatz (vorzugsweise in Lumen, ersatzweise in kWh + Art der Leuchtmittel) (Der Indikator soll dazu benutzt werden, die Lichtverschmutzung einzuschätzen bzw. optimale Arbeitsplatzbeleuchtung zu erreichen – letzteres ist allerdings eher C1 zuzuordnen.)
- Schadstoffemissionen und sonstige Umweltwirkungen entsprechend der jeweiligen Standardwirkungskategorie

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 seit 2017 stark reduziert: von 35.000 km/Jahr in 2017 auf 20.000 km/Jahr in 2018 und 15.000 km in 2019. In 2021 waren es nur 8.000 km. Seit 2022 und 2023 waren es 12.000 km und 12.350 km.

Hier sind private und berufliche Reisen beinhaltet und im Nachgang nicht mehr zu separieren. Der Anteil privat macht allerdings höchstens 20 % aus.

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 fast 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 17 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

Verifizierungsindikatoren

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

Werden bisher 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 will dies auch weiter ansteuern.

E3.3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Berichtsfragen

- Welche Betriebsgenehmigungen und zugehörige Betriebsauflagen gibt es und sind die Auflagen eingehalten?
- Wie wird die Einhaltung der relevanten Gesetze und Verordnungen überwacht? Werden diese eingehalten oder sind Rechtsverstöße bekannt?
- Welche Beschwerden bzw. Kontroversen mit Anrainer*innen bzgl. ökologischer Belastungen liegen vor?
- Welche Kontroversen mit anderen Stakeholder*innen (zivilgesellschaftliche Initiativen, NGOS etc.) gibt es?
- Wie ist der technische oder gesetzliche Standard vor Ort in Bezug auf andere Standorte des Unternehmens zu bewerten?

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.

Ich veröffentliche meine auditor*innengeprüfte GWÖ-Bilanz auf meiner Homepage, wo sie für jeden leicht zu finden ist.

Verifizierungsindikator

- Veröffentlichung eines Gemeinwohl-Berichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung

Für 2018 wurde der erste Gemeinwohlbericht erstellt. Die Re-Bilanzierung berichtet über die Jahre 2019 – 2021. Die dritte Bilanzierung umfasst nun den Zeitraum 2022-2023.

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.

Aspekt E4.2: Gesellschaftliche Mitbestimmung

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.

Verifizierungsindikatoren nicht relevant

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

E4.3 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Berichtsfragen

- Welche Informationen über das Unternehmen entsprechen nicht der unternehmensinternen Realität? Wo gibt es wesentliche Differenzen und wieso?

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

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
- mehrere Peergroups in Bilanzierungsprozess begleiten
- Ausbau der Beratungen für nachhaltige Unternehmensentwicklung, sowie Entwicklung von Organisationen nach GWÖ-Richtlinien
- Bilanzierung von Schulen durchführen
- mein OMNR-Seminar ausweiten
- eine Ausbildung zur Engagement-Lotsin Hessen absolvieren
- Hochschulprojekt 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 dazu beitragen, die Bekanntheit der GWÖ zu 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)

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

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

- Wie werden diese Risiken gehandhabt? Mit welchen Ergebnissen?
- Offenlegung relevanter nicht-finanzieller Leistungsindikatoren

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

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

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Wer war bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz/ dem GWÖ-Bericht im Unternehmen involviert?

Welche Stakeholder waren involviert? (Name, Position/ Verbindung zum Unternehmen)

Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

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

Im Peergroup-Prozess unterstützten mich Judith Landes, Wolfgang Reishofer und Werner Furtner. Wir werden eine auditor'innenbegleitete Peerevaluation für Berater durchführen.

Der Arbeitsaufwand belief sich geschätzt auf ca 100 Stunden.

Datum: 31. Oktober 2024