

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname:	Thomas Böke Unternehmens-Entwicklung
Rechtsform:	Einzelunternehmen
Eigentums- und Rechtsform:	Einzelunternehmen
Website:	https://boeke-ue.de
Branche:	Unternehmensberatung
Firmensitz:	Eringerfelder Str. 31, D-59590 Geseke Tel.: 02942 9749960 Mobil: 0171 1769032 E-Mail: info@boeke-ue.de
Gesamtanzahl der Mitarbeitenden:	2
Vollzeitäquivalente:	1,15
Berichtszeitraum:	2022 + 2023

Kurzpräsentation des Unternehmens

Bitte stellen Sie Ihr Unternehmen kurz vor, mit allem, was Ihnen wichtig erscheint.

Die Thomas Böke Unternehmens-Entwicklung (TBUE) wurde von mir, Thomas Böke und meiner Frau Melanie Böke, im August 1994 gegründet.

Vorausgegangen war eine Ausbildung zum Tischler und das Studium der Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt „Organisation“. Während des Studiums war ich in einem Unternehmen der Büromöbelindustrie als Werksstudent tätig und habe dort Optimierungsprojekte im Bereich der Ablauforganisation betreut.

Nach einer ersten befristeten Anstellung zur Einführung eines ERP-Systems, ergab sich für mich die Chance der Selbstständigkeit, da mehrere Firmen, mit denen ich bis dahin beruflich Kontakt hatte, mit mir zusammenarbeiten wollten. Nach dem ersten Kundenauftrag mit Vollausslastung folgte eine 4-monatige Akquisephase ohne Auslastung, in der sich die gerade gewählte Selbstständigkeit in Frage stellte.

Meine Frau Melanie war von Anfang an mit im Unternehmen beschäftigt. Sie ist als ausgebildete Industriekauffrau und Kindheitspädagogin eine wertvolle Partnerin. Es war damals unsere bewusste Entscheidung, die Selbstständigkeit fortzuführen und die Anstrengungen in der Akquise zu verstärken, um auf dem Weg schließlich neue Aufträge zu generieren. Diese Zeit hat uns in der Familie sehr geprägt, weil wir einerseits gelernt haben, ohne finanzielle Sicherheit zurecht zu kommen und andererseits die Freiheiten zu schätzen, die die Freiberuflichkeit mit sich bringt. Rückblickend war der Schritt in die Selbstständigkeit eine mutige Entscheidung, aber mit den Jahren hat sich folgender Spruch als Leitgedanke formiert: Wer Freiheit für Sicherheit aufgeben will, wird beides verlieren!

Der Weg zum heutigen Beratungsangebot führte über die Einführung von ERP-Systemen, Qualitätsmanagement-Systemen, Prozessoptimierungen, bis hin zu Sanierungen und Interims-Management. Heute sind die „Überschriften“ des Beratungsangebotes:

- Unternehmens-Entwicklung
- Prozessoptimierung
- Systemgestaltung
- Interims-Management

Die einzelnen Beratungsleistungen gehen oftmals ineinander über.

Unsere Erfahrungen basieren auf ca. 150 Projekten bei ca. 70 Kunden.

Wenn hier von „unsere“ die Sprache ist, dann ist damit Melanie Böke gemeint, die als

Teilzeitkraft in der Organisation unseres Unternehmens mitarbeitet, als Moderatorin

Workshops mit vorbereitet und mit durchführt und auch in Projekten Aufgaben übernimmt.

Zusammengefasst sind wir für unsere Kunden „Problemlöser“ oder „Zielerreicher“.

Diese Begriffe können tatsächlich als DNA des Unternehmens beschrieben werden, weil wir uns zu 100% in die Situation des Kunden versetzen und gemeinsam mit ihm und seinen Mitarbeitern den bestmöglichen Weg finden.

Unser Ziel ist es, Hilfe zur Selbsthilfe zu leisten, in einem konstruktiven Kontext, um uns entbehrlich zu machen.

Unsere Werte, die uns leiten sind Offenheit, Ehrlichkeit, Loyalität, Wertschätzung, Hilfsbereitschaft und Authentizität.

Unser Leitbild, unsere DNA ist es, Problemlöser, Lösungsfinder, Zielerreicher, und Dranbleiber zu sein.

Unsere Handlungsmaximen sind „Menschlich“, „Praktisch“, „Messbar“!

Menschlich: Mitarbeiter mitnehmen! Die Menschen dort abholen, wo sie gerade stehen, die Erfahrungen der Mitarbeiter sind wertvoll, ohne sie geht es nicht!

Praktisch: Praktikabel und pragmatisch! Gute Ideen müssen im Alltagsgeschäft ihre Machbarkeit beweisen!

Messbar: Klare Zielwerte! Auf die Frage „Hat es sich gelohnt?“ gibt es immer eine klare Antwort.

Produkte / Dienstleistungen

Welche Produkte / Dienstleistungen bietet Ihr Unternehmen an?

Welchen Anteil nehmen die Produkte / Dienstleistungen am Umsatz?

Unternehmens-Entwicklung

- Strategie-Entwicklung
- Zielorientierte Führung - Kennzahlen-Systeme
- Potenzialanalyse - Quick-Scans
- Kundenindividuelle Trainings/Workshops

Prozessoptimierung

- Verwaltungsprozesse
- Produktionsprozesse
- Lean-Methoden, Wertstrom, 5S, SMED, kanban

Systemgestaltung

- Nachhaltigkeitsmanagement und -berichterstattung
- Business-Intelligence Software und Anwendungserstellung
- Variantenmanagement
- Qualitätsmanagement

Interims-Management

- Geschäftsführung
- Betriebsleitung
- Bereichsleitung

Umsatzverteilung der letzten 5 Jahre:

Unternehmens-Entwicklung	15%
Prozessoptimierung	15%
Systemgestaltung	10%
Interims-Management	60%

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Welchen Bezug hat Ihr Unternehmen zur Gemeinwohl-Ökonomie?

Welche Aktivitäten bzw. welches GWÖ-Engagement gab es im letzten Jahr vor der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz?

Wer ist die Kontaktperson im Unternehmen für die GWÖ (inkl. Kontaktdaten)?

Der Bezug zur GWÖ entstand auf einer Veranstaltung in Menden im August 2022. Auf dem Südwestfalen-Festival hielt GWÖ-Beraterin Gerlinde Lamberty einen Impuls-Vortrag zur GWÖ-Bewegung. Davon inspiriert bildete sich am selben Abend noch eine Peergroup in Menden, in der 5 Unternehmen unter der Leitung von Gerlinde Lamberty von Dezember 2022 bis Juli 2023 zusammen ihre Vollbilanz erstellten.

Eine der 5 Firmen ist mein Kunde, für den ich die Bilanz erstellt habe.

In dieser Zeit entstand mein Wunsch, als GWÖ-Berater selbst Unternehmen auf dem Weg zur Bilanzerstellung zu begleiten. Den Lernweg zur Zertifizierung habe ich im September 2023 begonnen und im Dezember 2023 abgeschlossen.

Kontaktperson in meinem Unternehmen TBUE für die GWÖ bin ich selbst.

Testat



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



Zertifikat: **Peerevaluation** Gemeinwohl-Bilanz **Thomas Böke Unternehmens-Entwicklung**
M5.0 Kompaktbilanz 2023 **AbPE_2023_JW_1**
zert. Begleiter*in **Jörn Wiedemann** Beteiligte Peerguppen Firmen

• Daniel Bömert mindfulbranding, Großweil
• Arch Joint Vision – Noriaki Ikeda, Waldkirch

Wert	Berührungsguppe			
	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette: 10 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette: 10 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette: 10 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette: 10 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 20 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 50 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 30 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 0 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 40 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 30 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 30 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: . /
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*Innen beziehungen: 30 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern: 10 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 20 %	D4 Kund*Innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 30 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 30 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 30 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 50 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 10 %

Zertifikat gültig bis **30.04.2026**

BILANZSUMME: 269

Mit diesem Zertifikat wird die Peerevaluation des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Zertifikat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. ZertifikatID: xg5p0
Nähere Informationen zur Matrix und dem Peersystem finden Sie auf www.ecogood.org

Hamburg, 16.04.2024




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

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

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

WERT	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
BERÜHRUNGSGRUPPE				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Berichtsfragen

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

Folgende Produkte werden eingekauft:

Bereich	Produkte / Dienstleistungen	Lieferantenart	Made in	Zertifikate Firma / Produkt	unter fairen Bedingungen hergestellt	Anteil 2023
Büromaterial	Papier	Händler vor Ort	Portugal?	EU-Ecolabel	ja	10,48%
	Druckerpatronen	Händler vor Ort	recycelte Patronen, wiederbefüllt in Deutschland	14001, RoHS		
	Kleinmaterial	Händler vor Ort	nicht bekannt			
	Beleuchtung	Händler im Internet	China			
	Telefon	Dienstleister	Deutschland		ja	
	Literatur	Händler vor Ort	Geseke		ja	
Büroraum	Miete, inkl. Nebenkosten	im eigenen Haus	Deutschland	100% Ökostrom	ja	22,97%
Büromöbel	Tische, Stühle, Schränke	Hersteller vor Ort	Deutschland	FSC	ja	0,00%
Moderationsmaterial	Pinwände, Moderationskarten, Stifte	Hersteller im Internet	It. Internet-Seite eigene Herstellung (in Deutschland?)	FSC, Blauer Engel	ja	0,00%
IT-Ausstattung	Drucker	Händler vor Ort	nicht bekannt			8,81%
	PC's	Hersteller im Internet (HP, Dell)	nicht bekannt			
	Software	Händler im Internet	nicht bekannt			
	sonst. Hardware	Händler im Internet	nicht bekannt			
Dienstleistungen	IT-Dienstleistung	Dienstleister vor Ort	Rüthen		ja	17,77%
	Banken	Volksbank, Sparkasse vor Ort	Geseke, Paderborn		ja	
	Steuerberatung	Berater vor Ort	Paderborn		ja	
Firmenfahrzeug	Volvo	Händler in Deutschland, Leasinggesellschaft	Schweden	ISO14001, FSC		29,21%
	Treibstoff	Tankstellen	80% vor Ort			
	Reparaturen	Werkstatt vor Ort	Lippstadt		ja	
	Versicherung	Agentur vor Ort	Büren		ja	
	KFZ-Steuer	Finanzamt	Lippstadt		ja	
Reisekosten	Hotels		Deutschland, Österreich, Litauen		ja	10,76%
	DB		Deutschland		ja	
	Fluggesellschaften		Deutschland, Litauen			
Summe						100%

Die Kriterien, nach denen wir einkaufen:

- möglichst beim regionalen Handel oder Hersteller vor Ort
- persönliche Beratung
- Qualität / Langlebigkeit der Produkte
- Umweltaspekte, z.B. wiederbefüllbare Druckerpatronen, Umweltlabels
- Preis

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

Soziale Risiken können wir nur für die erste Stufe und nur für uns bekannte Händler einschätzen. Da wir die meisten Produkte des Büro- und Arbeitsbedarfs vor Ort bei Händlern einkaufen, schätzen wir das soziale Risiko als gering ein, da wir die handelnden Personen dort persönlich kennen.

Bei Händlern und Herstellern im Internet können wir die sozialen Risiken nur eingeschränkt beurteilen. Firma Neuland, bei denen wir unsere Moderationsmaterialien kaufen, schätzen wir als seriös ein. Die Firmen HP, Dell und Brother können wir nicht einschätzen, da wir nicht wissen, wo und unter welchen Bedingungen die Produkte hergestellt werden. Das gilt auch für die vorgelagerten Produktionsstufen der eingekauften Produkte.

Um Risiken in der Lieferkette besser einschätzen zu können, wollen wir zukünftig das Land ermitteln, in dem die Produkte hergestellt wurden und dazugehörige Zertifikate und die Liste weiter detaillieren, so dass die einzelnen Artikel aufgeführt werden.

- Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

Folgende Zertifikate konnten festgestellt werden:

- EU-Ecolabel
- Blauer Engel
- ISO 14001
- RoHS (Beschränkung [der Verwendung bestimmter] gefährlicher Stoffe)
- 100% Ökostrom
- FSC

Verifizierungsindikatoren

- Anteil der zugekauften Produkte/Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen in Tabellenform

siehe Einkaufsübersicht

- Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden

Der überwiegende Anteil unserer Produkte wird unter fairen Bedingungen hergestellt bzw. gehandelt. Wie schon beschrieben, können wir das nur für die erste Stufe der Lieferkette verlässlich einschätzen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Erstellen der Einkaufsliste

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Erstellen einer detaillierten Lieferantenliste mit entsprechender Produktaufstellung
- Ergänzung der Ermittlung der Produktionsstandorte, sofern es möglich ist
- Ergänzung der Ermittlung existenter Zertifikate

A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Berichtsfrage

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

Für die erste Stufe der Lieferkette können wir das für die Hauptlieferanten der eingekauften Produkte bestätigen.

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

- Wechsel des Strom- und Gasanbieters zu den Stadtwerken Geseke, also vor Ort

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Berichtsfragen

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

Wir fördern einen solidarischen Umgang mit unseren Lieferanten in erster Linie durch den Einkauf vor Ort und den persönlichen Kontakt, dort, wo er möglich ist, und das prompte Bezahlen der Rechnungen.

Wir vermeiden Einkauf im Internet, weil die Bedingungen der Händler dort nicht einschätzbar sind.

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

Bisher wurden Risiken nicht überprüft und Sanktionen verhängt.

Verifizierungsindikatoren

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

Die Firma Volvo weist auf Ihrer Internet-Seite das FSC-Label aus, für eine nachhaltige Forstwirtschaft, das auch Kriterien für Solidarität und Gerechtigkeit beinhaltet. Allerdings ist der Anteil an Holz in einem Fahrzeug zu vernachlässigen, so dass dieses Label kaum Bedeutung hat.

Das EU Ecolabel, das auf unserem Papier aufgebracht ist, berücksichtigt keine Kriterien für Solidarität und Gerechtigkeit.

Insofern liegt der Anteil bei 0%

- Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden

Der Anteil liegt bei 0%.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Einkauf direkt beim Händler anstatt z.B. bei Amazon
- Nutzung der Suchmaschine Ecosia
- Bevorzugt Einkauf beim stationären Handel vor Ort anstelle des Internets

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Umfrage bei den Hauptlieferanten, inwiefern sie die Arbeitsbedingungen entlang der Lieferkette überprüfen.
- Vermehrt Einkauf von Produkten mit anerkannten Zertifikaten
- Einkauf eines gebrauchten Fahrzeugs eines deutschen Herstellers

A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Berichtsfrage

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

Wir sehen uns als kleiner Kunde für unsere LieferantInnen, insofern haben wir keine Marktmacht. Im Übrigen wäre eine Ausnutzung der Marktmacht nicht mit unseren Geschäftspraktiken vereinbar.

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

A3 Ökologische Nachhaltigkeit In der Zulieferkette

Berichtsfragen

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

Folgende Kriterien werden beim Einkauf berücksichtigt:

- Qualität: Produkte, die sich bewährt haben, Langlebigkeit der Produkte
- Umweltaspekte: Nähe der Lieferanten, wiederbefüllbare Druckerpatronen, gelabeltes Papier
- Preis: Preisaktionen werden genutzt

- Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?
- Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen berücksichtigt?

Bisher wurden die ökologischen Risiken nicht weiter evaluiert. Die ökologischen Kriterien haben sich bisher auf die Nähe der Lieferanten, die Langlebigkeit der Produkte, das Label beim Druckerpapier und die Wiederbefüllbarkeit der Druckerpatronen beschränkt. Für die Zukunft wollen wir im ersten Schritt für die wichtigsten Produkte, nämlich Druckerpatronen, IT-Hardware, PKW und Papier eine Risikobewertung vornehmen, indem wir das Herkunftsland und dazugehörige Produktlabes und Zertifikate ermitteln.

- Welche Unterschiede gibt es zum Mitbewerb hinsichtlich ökologischem Einkauf?

Nach welchen Kriterien der Mitbewerb einkauft, ist uns nicht bekannt. Durch die Mitarbeit im Geseker Wirtschafts-Netzwerk wollen wir uns auch zu diesem Thema mit anderen Dienstleistern austauschen.

Verifizierungsindikator

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

Höherwertige Alternativen sind

- das Druckerpapier
- wiederbefüllbare Druckerpatronen
- 100% Ökostrom und eigenproduzierter Strom
- Fahren mit der Bahn
- Nutzung der Ecosia Suchmaschine

Geschätzt liegt dieser Anteil bei ca. 10%.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Erstellen der Einkaufsübersicht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Ermitteln der ökologischen Risiken und Festlegen ökologischer Kriterien für die Lieferanten- und Produktauswahl
- Suche nach ökologisch höherwertigen Alternativen, z.B. Recyclingpapier

A3 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Produkte/Dienstleistungen zugekauft werden, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen? Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Bestätigen können wird das nicht, zumal auch die Frage ist, was ist „unverhältnismäßig hoch“? Den höchsten Anteil am Einkaufsvolumen machen das Firmenfahrzeug und die IT-Ausstattung aus. Die Lieferkette dieser Produkte ist komplex und für uns bisher nicht einschätzbar. Wir versuchen durch eine lange Produktnutzung die relativen Umweltauswirkungen zu reduzieren.

Der eingekaufte Treibstoff verursacht ebenfalls negative Auswirkungen, ebenso die Flug- und Bahnkilometer. Insgesamt sind für Geschäftsreisen in 2022 2,79 to. Co2 und in 2023 4,61 to. Co2 entstanden (siehe E3).

Damit macht die Reisetätigkeit zwar nur einen Anteil von ca. 20% des Einkaufsvolumens aus, aber ca. 75% der Co2-Bilanz.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Durch die Bearbeitung des Berichtseils A der GWÖ-Bilanz gab es einige Ideen zu Verbesserungen in Bezug auf die Einkaufskriterien, z.B. die Recherche nach Labels.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Berichtsfragen

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

Bisher wird das von uns nicht gefördert und gefordert. Die Berücksichtigung entsprechender Zertifikate und Hinweise der Hersteller ist eine Maßnahme, die wir als Kleinunternehmen umsetzen können. Weitere Maßnahmen sehen wir aufgrund der Unternehmensgröße als nicht zielführend an.

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

Bisher gibt es diesbezüglich keine Prüfung und insofern auch keine Sanktionen.

Verifizierungsindikatoren

- Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt

Der Anteil ist unbekannt.

- Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden.

Der Anteil liegt bei 0%.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

WERT	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
BERÜHRUNGSGRUPPE				
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	B4 Eigentum und Mitentscheidung

Berichtsfragen

- Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden überlegt?
- Welche Formen und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/oder über Ethikbanken konnten umgesetzt werden?
- Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken verringert werden?
- Wie sind die Finanzpartner*innen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten?

In unserer kleinen Beratungsfirma, mit dem Portfolio und 1,15 Arbeitsplätzen, reduziert sich die Fremdfinanzierung auf folgende Anschaffungen:

- Firmenfahrzeug (letzte Finanzierung 2013 – 2018)
- Büromöbel und Ausstattung (letzte Finanzierung 2001 - 2006)

Die Finanzierung wurde jeweils mit örtlichen Finanzpartnern durchgeführt. Die Sparkasse und Volksbank schätzen wir aufgrund Ihrer persönlichen Beratung und der regionalen Verbundenheit. Beide Institute unterstützen zahlreiche regionale Vereine, Initiativen und Einrichtungen.

Verifizierungsindikatoren

- Anteil Eigenkapital in Prozent

Die Eigenkapitalquote beträgt derzeit 100%.

- Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche

Dieser Wert ist uns nicht bekannt.

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

Zurzeit gibt es keine Fremdfinanzierung.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Berichtsfragen

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

Folgende Zukunftsausgaben sind in 2022 und 2023 angefallen:

Zukunftsausgaben	Aufwand 2022	Aufwand 2023
Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen	20 Stunden	50 Stunden
Akquise neuer Kunden	50 Stunden	50 Stunden
Aus- und Weiterbildung	40 Stunden	150 Stunden
Aus- und Weiterbildung €	0 €	2.336 €

Die Deckung und Risikovorsorge sind durch Erlöse aus laufenden Projekten gesichert. Das Firmenfahrzeug ist geleast.

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

Kapitalerträge ergeben sich nicht.

Verifizierungsindikatoren

Zukunftsausgaben 2023	Tsd. € 2022	Tsd. € 2023
Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit: Betriebseinnahmen – Betriebsausgaben – Unternehmer- lohn + AfA + strategische Ausgaben	830,97 € (AfA)	2.998,09 € (AfA)
Gesamtbedarf Zukunftsausgaben	0 €	2.336 €
Getätigter strategischer Aufwand / strategische Ausgaben	0 € 110 Stunden	0 € 250 Stunden
Anlagenzugänge	0 €	2167,12 €
Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn)	0 €	0 €
Auszuschüttende Kapitalerträge Tsd. EUR, in...% vom Stamm- oder Grundkapital	0 €	0 €

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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln

Berichtsfrage

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

Das können wir bestätigen.

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Berichtsfragen

- Welche Sanierungsziele am/im eigenen Betrieb haben ein soziales und ökologisches Verbesserungspotenzial?

Der größte Anteil macht die Investition in 2024 in ein gebrauchtes Firmenfahrzeug aus, das weniger Kraftstoff verbraucht als das bisherige. Für die Anschaffung eines Elektroautos müssen erst weitere Voraussetzungen geschaffen werden, wie z.B. die Vergrößerung der PV-Anlage inklusive Speicher. Das hängt wiederum davon ab, wie sich das optimal mit der übrigen Haustechnik verbinden lässt, um auf dem Wege unabhängig von fossiler Energie zu werden.

Da das Leasing jetzt ausläuft, fiel die Entscheidung zugunsten eines gebrauchten, verbrauchsärmeren Verbrenners aus, für den Übergang. Damit erreichen wir eine Reduzierung um 2 Liter je 100 km. Das sind ca. 700 kg weniger Co2-Ausstoß pro Jahr. Eine weitere Investition ist die Anschaffung von E-Bikes, mit denen auch betriebliche Kilometer kompensiert werden können.

Darüberhinaus wird weiter in die Haustechnik investiert, um den fossilen Energieträger Gas zu ersetzen. Um ein konkretes Konzept zu erstellen, werden wir uns in 2024 ein entsprechendes Angebot erstellen lassen.

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

Die konkreten Investitionen liegen derzeit bei ca. 26.000 € netto, wovon ein Teil finanziert wird. Förderprogramme werden dafür nicht genutzt.

- Welche Investitionen wurden / werden konkret vorgenommenen?

Folgende Investitionen werden vorgenommen:

- Firmenfahrzeug: 20.000 €
- E-Bikes: 6.000 €

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

Bisher beteiligen wir uns daran nicht.

Verifizierungsindikatoren

Zukunftsausgaben	Tsd. € 2024
Investitionsplan inkl. ökologischer Sanierungsbedarf	26.000 €
Realisierung der ökologischen Investitionen	6.000 €
Finanzierte Projekte	0 €
Fondsveranlagungen	0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Realisierung der Investition in ein gebrauchtes, verbrauchsärmeres Firmenfahrzeug für den Übergang
- Anschaffung von E-Bikes
- Anschaffung eines Elektrofahrzeugs
- Investition in die Haustechnik

B3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Berichtsfrage

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

Unser Geschäftsmodell ist darauf aufgebaut Kunden zu beraten. Insofern findet unsere Dienstleistung größtenteils vor Ort statt. Indirekt hat unsere Dienstleistung durch Reisetätigkeit und Einsatz von Arbeitsmitteln Einfluss auf ökologisch bedenkliche Ressourcen. Durch die Anschaffung eines E-Fahrzeugs und den Einsatz eines Nicht-

fossilen Energieträgers für die Haustechnik soll diese Abhängigkeit deutlich reduziert werden.

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

B4 Eigentum und Mitentscheidung

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 wird die neue Gemeinschaft auf diese Aufgaben vorbereitet?
- Wie hat sich die Eigentümerstruktur in den letzten Jahren entwickelt und wie wird die Veränderung abgesichert?

Eigentümer der Thomas Böke Unternehmens-Entwicklung bin ich als Person, so ist es unter der Steuernummer angegeben. Im Tagesgeschäft werden finanzielle Entscheidungen gemeinsam von mir und meiner Frau Melanie getroffen. Dieses Vorgehen praktizieren wir so seit Bestehen der Firma.

Verifizierungsindikatoren

Wie verteilt sich das Eigenkapital in Prozent auf (Eigenkapitalstruktur in %, jeweils von 0 bis 100%):

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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine feindlichen Übernahmen erfolgt sind?
Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Das können wir bestätigen.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Berichtsteil C

WERT	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
BERÜHRUNGSGRUPPE				
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Berichtsfragen

- Wie kann die Unternehmenskultur im Unternehmen beschrieben werden?

Neben mir ist meine Frau von Anfang an bei der TBUE beschäftigt. Außer ihr gab es bisher keine weiteren Mitarbeiter*innen. Wir pflegen einen offenen und wertschätzenden Umgang miteinander.

In der Zusammenarbeit für den Kunden entwickeln wir gemeinsam gute Lösungen für z.B. Workshopinhalte und führen diese dann gemeinsam durch.

Mit eigener Reflektion, gegenseitigem Feedback und dem Besuch und der Anwendung externer Schulungen und Seminare entwickeln wir uns stetig gegenseitig weiter.

Dabei werden unsere Kompetenzen durch die Ausbildung/Expertise von Melanie (Industriekauffrau, psychol. Coach, staatl. anerkannte Kindheitspädagogin) hervorragend ergänzt.

Intern sind die Aufgaben klar verteilt, dazu gibt es jeweils einmal wöchentlich einen Abstimmungstermin, um uns gegenseitig zu informieren und gemeinsam Entscheidungen zu treffen.

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

In der Arbeit, z.B. nach erfolgreichen Workshops oder Projekterfolgen, gönnen wir uns spontane Besonderheiten, wie z.B. ein gemeinsames Essen oder einen gemeinsamen Auszeit-Tag.

Zur besseren Konzentration haben wir im Jahr 2020 im Haus ein zweites Büro eingerichtet, das als Ausweichplatz für konzentriertes Arbeiten, allein oder mit Partnern, und für Videokonferenzen genutzt werden kann.

Unsere Arbeitsplätze sind ergonomisch gestaltet, mit entsprechenden Möbeln, Bürodrehstühlen, natürlicher, heller Belichtung, automatischer Belüftung und der Nutzung eines begrünten Außenbereichs.

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

Da wir keine weiteren Mitarbeitenden haben, ist dieser Punkt nicht relevant.

Verifizierungsindikatoren

- durchschnittliche Betriebszugehörigkeit

Wir sind beide seit 29 Jahren (seit 1994) für die TBUE tätig.

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

Über die Jahre haben wir uns beide mit verschiedenen Inhalten weitergebildet.

Melanies letzte Bildungsmaßnahme war ein Bachelor-Studium zur Kindheitspädagogin (2017 – 2021).

Meine letzte Weiterbildungsmaßnahme ist in 2023 der Lernweg GWÖ, den ich im September und Dezember absolviert habe. Die Inhalte zur Bearbeitung dieses Berichtes haben wir zusammen besprochen. Inklusiv der Recherchen, der Berichterstellung und der Seminarbesuche war das ein Aufkommen von ca. 160 Stunden (momentan geschätzt, TB 140, MB 20).

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

Krankentage TB:

2022: 5

2023: 0

Krankentage MB

2022: 45

2023: 15

In den Krankheitsphasen gab es Tage, an denen Melanie stundenweise gearbeitet hat, um z.B. steuerliche Termine einzuhalten.

- Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle

Betriebsunfälle gab es bisher keine.

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

Jeder nimmt für sich Gesundheitsangebote in der Freizeit wahr.

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

Diese Daten sind für uns nicht relevant.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Besuch des Lernwegs GWÖ
- Erstellen des GWÖ-Berichts

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Höhenverstellbare Schreibtische
- Abhängigkeiten untereinander für bestimmte Tätigkeiten reduzieren, um Arbeitszeiten während Krankheit zu vermeiden

C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen? Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Das können wir bestätigen.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfragen

- Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster "lebenswürdiger Verdienst" zusteht?
- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen?

Melanie ist auf 520 €-Basis beschäftigt. Die Anzahl der zu leistenden Stunden liegt bei 26 im Monat, was einem Stundenlohn von 20,-€ entspricht.

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

Meine Stunden erfasse ich für Kunden- und interne Projekte.
Überstunden spielen keine Rolle für den Erfolg der Firma.

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

Ich engagiere mich ehrenamtlich im Geseker Wirtschafts-Netzwerk. Bei einigen Veranstaltungen, die das Wirtschafts-Netzwerk durchführt, ist auch Melanie engagiert. Die Möglichkeiten sich darüber hinaus zu engagieren, sind zeitlich eingeschränkt.

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

Die Arbeitszeiten teilt sich jeder selbst ein. Gemeinsame Termine werden abgestimmt. Kalender sind gegenseitig einsehbar.

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

Eine Work-Life-Balance erreichen wir, indem wir uns nach anstrengenden Arbeitsphasen Auszeiten nehmen.

Da die Kundenprojekte allerdings auch in der Freizeit zum Thema werden, weil einer gerade einen guten Gedanken dazu hat, können wir an unserer Work-Life-Balance noch arbeiten.

Verifizierungsindikatoren

- Höchst- und Mindestverdienst (*innerbetriebliche Spreizung*)
- Medianverdienst

Zur Ermittlung der innerbetrieblichen Spreizung vergleichen wir 2 Varianten:

1. Nehmen wir den Stundenlohn von Melanie und vergleichen ihn mit meinem, dann liegt die Spreizung innerhalb von 1:5. Hier legen wir den Betriebsgewinn zugrunde und teilen diesen durch meine angefallenen Stunden. So ergibt sich der Vergleichswert zum Stundenlohn von Melanie.
2. In der zweiten Variante nehmen wir den Betriebsgewinn und teilen ihn durch alle angefallenen Stunden. So kommen wir auf eine Spreizung von 1:1, da jede geleistete Stunde gleich bewertet wird.

Die zweite Variante entspricht unserer Denke, die erste den steuerlichen Erfordernissen.

- standortabhängiger "lebenswürdiger Verdienst" (für alle Betriebsstandorte)

Der Mindestlohn in Deutschland liegt im Jahr 2024 bei 12,41 € brutto. Damit würde der Monatslohn einer 37,5-Stunden-Woche 2010 € brutto betragen. Abhängig von der Region, könnte dieser Betrag nicht ausreichen, um von einem Arbeitsverhältnis leben zu können. Der lebenswürdige Verdienst sollte daher bei ca. 2.500 € brutto liegen. Das entspricht bei einer 37,5-Stunden-Woche dann ca. 15 € / Stunde.

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

Mein Stundenaufkommen ist mit einer angestellten Führungskraft vergleichbar (ca. 1.800 Stunden / Jahr).

- tatsächlich geleistete Überstunden

Überstunden fallen nicht an, zumindest, wenn die Gesamtjahresarbeitszeit zugrunde gelegt wird.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Konsequenteres Einhalten der festgelegten Termine und Abgrenzung der privaten von der geschäftlichen Zeit.
- Konsequente Stundenaufschreibung durch Melanie Böke

C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfrage

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

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Das können wir bestätigen.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

Berichtsfragen

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

Wir legen Wert auf eine gesunde, ausgewogene Ernährung und kaufen möglichst regionale Produkte. Da unser Arbeitsplatz Teil unseres Wohnhauses ist, unterscheiden wir nicht zwischen privat und geschäftlich, was die Verpflegung betrifft.

Obst z.B. pflücken wir im Herbst selbst von öffentlich ausgewiesenen Obstbäumen und lagern das Obst ein. Es reicht für ca. 6 Monate.

- Welche Verkehrsmittel benützen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?

Für Fahrten in die Stadt nehmen wir wann immer möglich das Fahrrad. Für weitere Strecken und größere Einkäufe nutzen wir den PKW.

Strecken zu Geschäftsterminen lege ich mit dem PKW zurück. Meist sind es eintägige Termine und die Verbindungen zu den derzeitigen Kunden sind mit dem ÖPNV unpraktisch bis nicht existent. Bei mehrtägigen Aufenthalten fahre ich auch Bahn. Ins Ausland, z.B. nach Litauen, ist eine praktische Anreise nur per Flug möglich.

Um noch mehr Strecken im näheren Umfeld mit dem Fahrrad zurücklegen zu können, werden wir uns in naher Zukunft E-Bikes anschaffen.

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

In den letzten beiden Jahren haben wir intensiv an Energieeinsparungen gearbeitet:

- Der Gasverbrauch konnte durch Optimierung der Anlage und durch persönliche Verhaltensänderungen reduziert werden.
- Die Solaranlage (seit 2000) wurde nach Auslauf der Einspeisevergütung 2021 auf Eigenverbrauch umgestellt und der nutzbare Anteil ist somit gesichert Ökostrom.
- Der übrige eingekaufte Strom ist seit Jahren 100%-iger Ökostrom (Windkraft aus der Region)
- Reduzierung des Stromverbrauchs, u.a. durch Ersatz durch LED-Beleuchtung
- Mehr Fahrradeinsatz
- Zudem haben wir in 2023 privat eine 30KW-Solaranlage in Betrieb genommen, deren Strom zu 100% eingespeist wird.

Verifizierungsindikatoren

- Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft

Den Anteil ökologischer Verpflegung haben wir noch nicht ermittelt.

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

Anteile an Verkehrsmitteln:

		Berichtsteil	Einheit	2023	% Anteil 2023	2022	% Anteil 2022
Thomas Böke	Fahrrad	E3	km	300	1%	300	1%
	PKW ges.	E3	km	24.000	79%	20.000	91%
	PKW geschäftl. %	E3	km	65%		70%	
	PKW geschäftl. km	E3	km	15.600	51%	14.000	64%
	zum Kunden	D3	km	12.490	41%	8.786	40%
	indirekt	E3	km	3.110	10%	5.214	24%
	ÖPNV	E3	km	1.400	5%	-	0%
	Flug	E3	km	3.000	10%	-	0%
Melanie Böke	Fahrrad	E3	km	200	1%	200	1%
	PKW	E3	km	1.500	5%	1.500	7%
	ÖPNV	E3	km	-	0%	-	0%
	Flug	E3	km	-	0%	-	0%
Gesamt				30.400	100%	22.000	100%

- Nutzungsgrad des ökologischen Betriebsangebots der Mitarbeitenden in %

Ein ökologisches Betriebsangebot existiert noch nicht. In 2024 sollen E-Bikes angeschafft werden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Optimierung der bestehenden Heizungsanlage
- Einsatz von LED-Beleuchtung
- Installation einer 30 kwp-Photovoltaikanlage zur Volleinspeisung

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Ermittlung und Erhöhung des Anteils ökologischer Lebensmittel
- Reduzierung von Verpackungsmüll
- Mehr ÖPNV-Einsatz
- Mehr Fahrradeinsatz
- Ersatz des verbliebenen Gasanteils durch alternative Energiequellen
- Kompensation durch Co2-Zertifikate bzw. eigene Pflanzungen

C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens

Berichtsfrage

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

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Das können wir bestätigen.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Berichtsfragen

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

Da wir gemeinsam an der Organisation unseres kleinen Unternehmens arbeiten haben wir beide alle Zugänge zu allen relevanten Daten, die für die Führung des Unternehmens von Bedeutung sind.

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

Weitere Mitarbeitende gibt es nicht.

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

In den gemeinsamen Abstimmungsterminen geht es ums Tagesgeschäft bis hin zur Ausrichtung des Unternehmens. Da ich in erster Linie den Beratungsteil beim Kunden übernehme, müssen die Leistungen, die wir anbieten, zu mir persönlich passen. Welche das sind und sein könnten, besprechen wir gemeinsam.

Mit dem absolvierten Studium kann Melanie z.B. eigene Leistungen im Bereich der Kindheitspädagogik anbieten und in Rechnung stellen. Hier haben wir gemeinsam entschieden, dass sie das auf eigene Rechnung und nicht unter dem Dach der TBUE macht, da es nicht zum Unternehmenszweck passt.

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

Mit dieser Arbeitsweise haben wir die besten Erfahrungen gemacht. Das bestätigen auch unsere Kunden, z.B. nach einem durchgeführten Workshop.

Verifizierungsindikatoren

- Grad der Transparenz bei kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung in %).

Bei Transparenz und Einbeziehung liegt unsere Quote bei 100%.

- Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden (in %).

Dieser Punkt ist für uns nicht relevant.

- Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden (in %).

Dieser Anteil liegt bei Entscheidungen, welche unsere Firma direkt betreffen bei 100%.
Bei Entscheidungen bezogen auf Kundenprojekte liegt der Anteil bei ca. 10%, weil viele Entscheidungen beim Kunden direkt getroffen werden müssen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Verhinderung des Betriebsrates vorliegt?
Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Dieser Punkt ist für uns nicht relevant.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Berichtsteil D

WERT	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
BERÜHRUNGSGRUPPE				
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

D1 Ethische Kundenbeziehung

Berichtsfragen

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

Die Kundengewinnung erfolgt über verschiedene Wege:

- die Weiterempfehlung von Bestandskunden
- die Weiterempfehlung und Einbeziehung in bestehende Projekte über Kooperationspartner
- die Direktansprache von Interessenten auf Veranstaltungen, Seminaren und Schulungen
- Vorträge auf Veranstaltungen, Seminaren und Schulungen
- den Internet-Auftritt <https://boeke-ue.de>

Bestandskunden werden über folgende Wege betreut:

- Individuelle Einladung zu Veranstaltungen, die den jeweiligen Kunden interessieren könnten
- Regelmäßige Anrufe und Besuche
- Austausch zwischen Kunden durch gegenseitige Besuche
- Vorschläge zu weiteren Optimierungsmaßnahmen in oder nach bestehenden Projekten, die auch von Kooperationspartnern übernommen werden können

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

Eines unserer Ziele beim Erbringen der Dienstleistung ist es, Hilfe zur Selbsthilfe zu leisten, in einem konstruktiven Kontext, um uns entbehrlich zu machen. Daran orientieren wir uns, wenn wir beim Kunden arbeiten.

Ein zweiter wichtiger Grundsatz ist die Messbarkeit. Wir weisen Erfolg, dort, wo es möglich ist, anhand von Kennzahlen nach. Mindestens müssen vereinbarte Projekt-Maßnahmen aktiv in der Umsetzung sein. Zum Beispiel kann das Ziel „Verbesserung der Qualität“ anhand einer Kennzahl, wie der „Ausschussquote“ gemessen werden. Das Ziel „Entlastung des Unternehmers“ kann zumindest daran gemessen werden, dass Maßnahmen, die mit einer Gruppe von Mitarbeitern erarbeitet wurden, umgesetzt wurden oder in der Umsetzung

sind. Das „Stundenaufkommen des Unternehmers“ könnte ebenfalls gemessen werden, vorausgesetzt es gibt regelmäßige Aufschreibungen.

Neukunden erhalten nach einem ersten, unverbindlichen, kostenlosen Gespräch ein Angebot, das die Ziele, die Vorgehensweise und den Aufwand der Beratung beschreiben. Das Angebot ist individuell für das eine Projekt erstellt und transparent. Das Angebot bildet eine Basis der Zusammenarbeit. Während des Projektes gibt es dann regelmäßige Abstimmungstermine und Rückmeldungen an den Kunden, wie sich das Budget entwickelt. Bei Anschlussprojekten werden die Aufgaben und Konditionen während des Projektes festgelegt.

Diese Vorgehensweise ist transparent. Projektvorgehen und Maßnahmen werden dokumentiert. Ein Tätigkeitsbericht mit detaillierter Stundenaufstellung gehört zu jeder Rechnung. Der Tätigkeitsbericht entstammt einem Tagesjournal, in dem seit 2002 lückenlos alle Arbeitsstunden projektbezogen erfasst werden. Der Kunde weiß jederzeit, wo er steht. Es gibt keine Verträge über ein vereinbartes Budget. Der Kunde hat jederzeit die Möglichkeit, das Projekt zu stoppen. Das ist gerade in klein- und mittelständischen Unternehmen (KMU) notwendig, weil es vorkommt, dass sich während des Projektes Prioritäten verschieben und interne Ressourcen für die Projektarbeit plötzlich nicht mehr zur Verfügung stehen.

Auf diese Weise wird ausgeschlossen, dass eigenes Umsatzstreben wichtiger ist als der Kundennutzen.

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

Eine Einschränkung zum Zugang unserer Produkte ist für manche Unternehmen der Stundensatz. In der Vergangenheit hat es immer wieder Anfragen gegeben von Soloselbständigen oder kleinen Betrieben, die ein oder mehrere Beratungsgespräche nachgefragt haben, weil sie in wirtschaftliche Schwierigkeiten geraten waren. Für diese Firmen finden wir individuell einen Zugang zu unseren Leistungen. (Frisör, Bäcker, Physiotherapeutin, Garten- u. Landschaftsbauer, Ingenieurbüro, 2 Autohäuser, Kleingewerbetreibende, Heizungsinstallateur, ...)

Verifizierungsindikatoren

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

Es existieren keine Budgets und keine Kampagnen. Werbung und Marketing wird situationsbezogen gemacht.

Wir sind Mitglied im BVMW. Diese Mitgliedschaft kann als Akquiseausgabe gesehen werden und kostet 660 € pro Jahr.

Wir finanzieren eine Logowerbung in der Sporthalle des TV Geseke, Abteilung Tischtennis, als Sponsoring über 100€/Jahr.

Einmal jährlich schalten wir eine Logowerbung in Verbindung mit einem Bericht über das Geseker Wirtschafts-Netzwerk e.V. über 50€.

Die Erneuerung des Internet-Auftritts im Jahr 2020 hat ca. 8.000 € Kosten verursacht.

Der höchste Aufwand entsteht durch die Stunden, die für die Akquise aufgewendet werden.

- Art der Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden: fixe und umsatzabhängige Bestandteile in %

Den Vertrieb übernehme ich selbst, insofern gibt es keine fixen und umsatzabhängigen Bestandteile in der Bezahlung.

- Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: ja/nein

Es existiert ein Jahresumsatzziel, gemessen an der fakturierbaren Projektzeit.

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

Das ist situationsbezogen. Im Berichtszeitraum lag der Anteil bei ca. 5 % / Jahr.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Der Internet-Auftritt wurde 2020 erneuert. Die laufende Optimierung hat noch nicht die gewünschten Ergebnisse gebracht. Hier müssen wir weitere Punkte aufnehmen, wie z.B. die Nachhaltigkeitsberichterstattung nach verschiedenen Standards.

D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen

Berichtsfrage

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

Wir können bestätigen, dass wir keine unethischen Werbemaßnahmen durchführen.

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

D2 Kooperation und Solidarität mit

Mitunternehmen

Berichtsfragen

- Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert und welche Ziele werden dabei verfolgt?

Unternehmen	AP	Bekannt seit	Kooperation seit	Internet-Seite
defides	Dieter Ebers	1989	1998	https://defides.de
BWU	Manfred Gubit Haike Krauß	1998	1998	https://bwu.gmbh
Unternehmensbe- ratung Dietmar Klask	Dietmar Klask	1997	1997	https://dietmar-klask.de

Weitere Kooperationspartner, mit denen zukünftig eine Zusammenarbeit angestrebt wird:

Unternehmen	AP	Bekannt seit	Kooperation ab	Internet-Seite
Naust Hunecke und Partner	Andreas Wachtel	2005	2023	https://www.nhup.de/
Willmes und Partner	Johannes Willmes Anita Schnettler	2023	2024	https://www.willmes-partner.de/

Mit diesen Kooperationen verfolgen wir folgende Ziele:

- Gegenseitige Verstärkung in der Kundengewinnung
- Gegenseitige Verstärkung der Ressourcen und Kompetenzen in Projekten zum Kundennutzen
- Gemeinsamer Austausch

- In welchen Bereichen verhält sich das Unternehmen solidarisch gegenüber anderen Unternehmen und hilft uneigennützig?

Beispiele für solidarisches und uneigennütziges Verhalten sind:

- Austausch und zur Verfügung stellen von z.B. Präsentationen und Vorlagen ohne Kundenbezug
- Kollegiale Unterstützung bei Fragen zu Projektvorgehen, etc.
- Keine Berechnung von Akquiseprovision meinerseits bei Vermittlung eines Auftrags. Der Kunde weiß, dass die Empfehlung und Einbeziehung nicht auf Grund von geldlichen Vorteilen passiert, sondern für seine Projektziele von Vorteil ist.
- Zu Beginn der Corona-Krise haben wir mit mehreren Beratern den Mitgliedern im Geseker Wirtschafts-Netzwerk Hilfe angeboten und im Netzwerk einen Fonds gebildet für Notfälle bei Mitgliedsbetrieben.

Verifizierungsindikatoren

- Wie hoch ist der investierte Zeit- / Ressourcenaufwand für Produkte und 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)

Geschätzt

Dienstleistungen...	2022	2023
...in Kooperation erstellt	25%	15%

- Wie viel Prozent von Zeit / Umsatz wird durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet / erzielt:
 - Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional): 15%
 - Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere ZG ansprechen: __
 - Unternehmen der gleichen Branche in gleicher Region, mit anderer ZG: --
- In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen? (Anzahl: x/3)
 - Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards

Die Ausbildung zum GWÖ-Berater, um Unternehmen und Gruppen auf dem Weg zur Gemeinwohlbilanz begleiten zu können, erhöht den Standard in meiner Branche und in den Branchen der beratenden Unternehmen.

- aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying)

Dazu gibt es keinen aktiven Beitrag.

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

Bisher gab es keine solche Mitarbeit. Zukünftig werde ich mich im GWÖ-Verein OWL engagieren.

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

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

Im Berichtszeitraum wurden weder Stunden, noch Aufträge, noch Finanzmittel an Mitunternehmen weitergegeben, um kurzfristige Unterstützung zu leisten. Da die Dienstleistungen, die wir erbringen, sehr individuell sind, schließt sich eine solche Weitergabe an eine andere Person, gerade bei laufenden Projekten, aus. Gleichwohl hat es Anfragen gegeben, bei denen ich Kooperationspartner empfohlen habe. Hintergrund war zum jeweiligen Zeitpunkt ausschließlich die Kompetenz des Kooperationspartners.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Mitarbeit im GWÖ-Verein OWL

D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Berichtsfrage

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

Das können wir bestätigen.

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Berichtsfragen

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

Die ökologischen Auswirkungen durch Nutzung unserer Dienstleistungsprodukte beziehen sich auf:

- An- und Abreise zum Kunden (D3)
- An- und Abreise zu Veranstaltungen, Weiterbildungen, Akquisebesuchen, Abstimmung mit Kooperationspartnern, Wareneinkauf (E3)
- Energieeinsatz zum Betrieb von Büro und Ausstattung, wie PC, Drucker, etc. (E3)
- Wasserverbrauch im Büro (E3)
- Materialeinsatz (E3)

Für die An- und Abreise zum Kunden sind im Berichtszeitraum folgende ökologische Auswirkungen entstanden:

		Berichtsteil	Einheit	2023	% Anteil 2023	2022	% Anteil 2022
Thomas Böke	Fahrrad	E3	km	300	1%	300	1%
	PKW ges.	E3	km	24.000	79%	20.000	91%
	PKW geschäftl. %	E3	km	65%		70%	
	PKW geschäftl. km	E3	km	15.600	51%	14.000	64%
	zum Kunden	D3	km	12.490	41%	8.786	40%
	indirekt	E3	km	3.110	10%	5.214	24%
	ÖPNV	E3	km	1.400	5%	-	0%
Melanie Böke	Flug	E3	km	3.000	10%	-	0%
	Fahrrad	E3	km	200	1%	200	1%
	PKW	E3	km	1.500	5%	1.500	7%
	ÖPNV	E3	km	-	0%	-	0%
Gesamt	Flug	E3	km	-	0%	-	0%
				30.400	100%	22.000	100%

Ein Vergleich zu bestehenden alternativen Produkten ist nicht möglich, da es keine alternativen Produkte in der individuellen Beratung gibt.

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

Überprüfung der Präsenznotwendigkeit beim Kunden: Ergibt sich z.B. an einem Tag nur ein 60-minütiger Termin beim Kunden, der mit anderen Aufgaben nicht verbunden werden kann, oder für die eine Präsenz nicht zwingend notwendig ist, wird der Termin online durchgeführt. Das spart nicht nur Co2-Ausstoß, sondern auch Fahrtkosten für den Kunden.

Bei längeren Anfahrten und mehrtägiger Präsenz vor Ort, ab ca. 100 km, übernachten wir, da der CO2-Verbrauch der Übernachtung günstiger ist.

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

Eine suffizienzfördernde Nutzung der Dienstleistungsprodukte kann durch folgende Maßnahmen gefördert werden:

- Gruppenberatung: Mehrere Firmen lassen sich gemeinsam beraten und teilen sich den Aufwand. Ein solches Projekt wurde von 1998 – 1999 durchgeführt. Mehrere Firmen entlang der Wertschöpfungskette des Garten- und Landschaftsbau haben sich gemeinsam beraten lassen. Für 2024 wird die Beratung einer Peergroup zum Erstellen einer Gemeinwohlbilanz angestrebt.
- Webinare, Schulungen: Mehrere Teilnehmer nehmen an einem Webinar oder einer Schulung teil. In 2021 wurde ein Webinar angeboten, an dem 10 Teilnehmer teilgenommen haben.
 - Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?
 - Wie wird die maßvolle Nutzung in der Kommunikation mit Kund*innen gefördert?

Dem Kunden wird ein Beratungsvorgehen angeboten, das genau auf seine Bedürfnisse ausgerichtet ist. Während der Umsetzung werden mit dem Kunden die nächsten Schritte abgestimmt, so dass kein unnötiger Aufwand entsteht.

Zudem ist eines der Ziele der Beratung, dass Vorgehensweisen erlernt werden, die das Unternehmen später selbst anwenden kann. Die Ergebnisse der Beratung sollen nachhaltig wirken, so dass eine permanente Betreuung nicht notwendig ist.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bildung einer Peergroup im Jahr 2024 in der sich mehrere Firmen zum Erstellen einer Gemeinwohlbilanz zusammentun.

D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

Berichtsfrage

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

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Das können wir bestätigen.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

Berichtsfragen

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

Grundsätzlich wird im ersten kostenlosen Akquisegespräch, das für die Aufgabenstellung in Frage kommende Dienstleistungsangebot mit dem Kunden besprochen. Hier werden die Ziele und die konkrete Vorgehensweise gemeinsam mit dem Kunden abgestimmt. Es gibt kein vorgefertigtes Angebot oder Konzept.

Im Dienstleistungsprozess wird die Vorgehensweise und der Status jederzeit mit dem Kunden abgestimmt und das Feedback des Kunden berücksichtigt. Z.B. werden Termine so gesetzt, dass es beim Kunden in den betrieblichen Alltag passt, was u.U. bedeuten kann, dass die Umsetzungsgeschwindigkeit auch reduziert werden muss, wenn interne Mitarbeiter beim Kunden nicht ausreichend verfügbar sind.

Auch Änderungen in der Vorgehensweise kommen vor, wenn sich z.B. Prioritäten ändern, weil sich Prozesse ändern oder neue Tools genutzt werden können, wie z.B. Zeiterfassungssysteme, die für Mitarbeiter schnelle Entlastung bringen können.

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

Ja, ein Kunde, für den ich mehrere Nachhaltigkeitsberichte erstellt habe, hat mir den Vorschlag gemacht, diese Dienstleistung doch in mein Angebot mit aufzunehmen. Das gab den Impuls den Lernweg zum GWÖ-Berater zu absolvieren, um dann weitere Firmen auf dem Weg zu nachhaltigerem Wirtschaften zu beraten.

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

Unser Dienstleistungsangebot ist auf unserer Internet-Seite <https://boeke-ue.de> beschrieben.

Verifizierungsindikatoren

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

Ein Produkt, das als Nachhaltigkeitsmanagement in das Dienstleistungsangebot aufgenommen wird.

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

In beiden Fällen 0%

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Um die ökologischen Auswirkungen des Wirtschaftens stärker zum Thema zu machen, werden wir uns intensiver mit dem Thema Nachhaltigkeit beschäftigen. Neben der GWÖ-Bilanzierung haben wir bereits weitere Zertifizierungen umgesetzt, z.B. Ecovadis oder PEFC. Die Zertifizierung allein ist noch kein Kriterium für ökologische Verbesserungen. Gleichwohl sind, wie in diesem Bericht auch, Verbesserungen immer auch nachzuweisen oder als Ziel zu formulieren und die Unternehmen setzen sich mit einer Zertifizierung auch mit den Verbesserungen auseinander.

Die Nachfrage nach einer Zertifizierungsunterstützung aus reinen Marketing-Gründen lehnen wir ab.

D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Berichtsfrage

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

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Dieser Punkt ist für uns nicht relevant.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Berichtsteil E

WERT	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
BERÜHRUNGSGRUPPE				
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	E2 Beitrag zum Gemeinwesen	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

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

Unsere Produkte sind Dienstleistungen, die wir bei und für Kunden erbringen. Zu 7 der 9 Grundbedürfnissen lässt sich ein Bezug herstellen:

1. Lebenserhaltung/Gesundheit/Wohlbefinden
Teilweise geht es in Projekten um Themen, wie z.B. eine wertschätzende Zusammenarbeit oder das Durchführen von gesundheitsfördernden Maßnahmen, z.B. Physio am Arbeitsplatz.
2. Schutz/Sicherheit
In allen Projekten geht es um die Verbesserung von Ablauf- oder Aufbauorganisation und somit um eine bessere Produktivität, die zur Arbeitsplatzsicherung beiträgt.
3. Zuneigung/Liebe
keine Erfüllung
4. Verstehen/Einfühlung
Um in der Projektarbeit erfolgreich sein zu können, ist eine wichtige Voraussetzung Zuhören zu können, um die Mitarbeitenden und deren Arbeitsweise zu verstehen. Nur in der Kooperation mit den Mitarbeitenden lassen sich akzeptabel und praktikable Lösungen finden.
5. Teilnehmen/Geborgenheit
Siehe Punkt 4.: Lösungen werden gemeinsam mit den Mitarbeitenden geschaffen, sie sind der wichtigste Teil des Verbesserungsprozesses.
6. Muße/Erholung
keine Erfüllung
7. Kreatives Schaffen
Im gesamten Verbesserungsprozess während eines Projektes ist das kreative Schaffen aller Beteiligten, Basis für Veränderungen im Unternehmen.
8. Identität/Sinn
Unsere Dienstleistungen führen zu einer besseren Zusammenarbeit und Kommunikation, Produktivitätssteigerungen, Sanierungen, Entlastungen, etc. und sind somit ein sinnvoller Beitrag in der Unternehmensentwicklung. Mehrere Male

habe ich das Feedback bekommen, „... ohne Sie gäbe es uns nicht mehr“. Das empfinde ich als sehr sinnstiftend.

9. Freiheit/Autonomie

Den Beteiligten der sanierten Unternehmen gab die Sanierung jeweils Freiheit und Autonomie.

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

Keines unserer Produkte ist ein Luxusprodukt.

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

Folgende Dienstleistungen Projekte dienen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit:

- Workshops, in denen es um Potenziale im Unternehmen geht und in denen dafür untereinander Wissen ausgetauscht und zusammen an Maßnahmen gearbeitet wird
 - Projekte, wie z.B. ein Projekt „Augenhöhe“, in dem es um eine wertschätzende, gemeinsame, zielorientierte und selbstkritische Zusammenarbeit geht, oder ein Projekt „Rückenschule“
 - Schulungen, in denen es um Kommunikation, Motivation, Feedback geht
 - Die Projektarbeit allgemein, weil sie Mitarbeitenden die Chance gibt sich zu beteiligen und Verantwortung zu übernehmen
- Welche gesellschaftlichen/ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch unsere Produkte/Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert? (Orientierung an UN-Entwicklungszielen, siehe vertiefende Online-Informationen)



Mit unseren Dienstleistungen lässt sich zu folgenden Zielen ein Bezug herstellen:

- 3 – Gesundheit und Wohlbefinden
- 4 – Hochwertige Bildung
- 8 – Menschenwürde, Arbeit und Wirtschaftswachstum
- 9 – Industrie, Innovationen und Infrastruktur
- 10 – weniger Ungleichheiten
- 12 – Nachhaltige/r Konsum und Produktion

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes:

1. Erfüllte Bedürfnisse
 - decken Grundbedürfnisse 100%
 - Statussymbol/Luxus0%
2. Dienen der Entwicklung
 - der Menschen 100%
 - der Erde/Biosphäre bisher 0 %, das soll sich durch Nachhaltigkeitsprojekte in den Firmen ändern
 - löst gesellschaftlich/ökologische Probleme lt. UN-Entwicklungszielen 100%
3. Nutzen der Produkte/Dienstleistungen:
 - Mehrfachnutzen/einfacher Nutzen 100%
 - Hemmender/Pseudo-Nutzen25%, z.B. durch ökologischen Fußabdruck
 - Negativnutzen %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Mit der Erweiterung der Dienstleistungen um das Nachhaltigkeitsmanagement sollen weitere Ziele der EU-Entwicklungsziele unterstützt werden, z.B. 13 – Maßnahmen zum Klimaschutz.

E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfrage

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

Das können wir bestätigen.

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

Berichtsfragen

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

Direkten materiellen Beitrag leisten wir in Form von:

- Einkommenssteuer
- Kranken- und Pflegeversicherung
- Lohnsteuer
- Überschüssige Umsatzsteuer

Förderungen und Subventionen haben wir bisher nicht erhalten.

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

Freiwilliges gesellschaftliches Engagement:

- Wir spenden jährlich ca. 2000 € an gemeinnützige Organisationen im Ort, die sich lokal oder international engagieren.
- Ich bin ehrenamtlich im Vorstand des Geseker Wirtschafts-Netzwerk e.V. tätig und wende dafür 140 - 180 Stunden im Jahr auf.
- Ich bin ehrenamtlich in der Initiative Geseke tätig, die einmal jährlich den Geseker Frühjahrsputz organisiert und wende dafür ca. 12 Stunden im Jahr auf.

Folgende Vereine werden durch unsere Mitgliedschaft unterstützt:

- Förderverein Krankenhaus Geseke
- Heimatverein Geseke
- Heimatverein Steinhausen

- Tischtennis-Förderverein Geseke
- Greenpeace Deutschland

Einen direkten Eigennutzen gibt es nicht. Der Grund für z.B. die Mitgliedschaft im Geseker Wirtschafts-Netzwerk der Austausch mit anderen Unternehmen und das Vernetzen verschiedener Akteure für einen starken Standort „Geseke“. Natürlich erhöht sich der Bekanntheitsgrad und es werden auch Aufträge generiert, aber das hätte auch auf anderem Wege stattfinden können. Insgesamt überwiegt das Engagement den Nutzen deutlich.

- Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens?

Unsere Spenden sind in den letzten Jahren an folgende Organisationen gegangen:

- Hospizbewegung Geseke
- Geseker Tafel
- Förderverein der Freiwilligen Feuerwehr Geseke
- Malteser Geseke (Flüchtlingshilfe, Kleiderkammer, Sanitätsdienst, Fluthilfe, Betreuung älterer Menschen, ...)
- Neue Bildpost, Dieter Tuschen (international: Medikamente für Ukraine, Hilfsprojekte in Asien und Afrika und Südamerika)
- Renate Bröcker Stiftung (Förderung von benachteiligten Jugendlichen)
- Förderverein der Tischtennisabteilung TV Geseke, Jugendabteilung
- Drachenpaten Paderborn (finanzielle Unterstützung erkrankter Kinder für Pflege- und Hilfsmittel)

Jede der Institutionen bewirkt mit ihrem Engagement nachhaltige Veränderungen für die dort engagierten Menschen und die, die von den Vereinen unterstützt werden.

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

Negativen Lobbyismus, Korruption und Steuervermeidung fördern wir nicht und beteiligen uns auch nicht daran.

Verifizierungsindikatoren

	2022	2023
Netto-Abgabenquote (in %): Die Summe der Abgaben wird auf die Wertschöpfung bezogen.	34,50%	34,70%
geldwerte freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen (in % des Umsatzes)	ca. 1,5%	ca. 1,5%
geldwerte freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen (in % der Gesamtjahresarbeitszeit)	10,00%	10,00%

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung

Berichtsfrage

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

Das können wir bestätigen.

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

Berichtsfrage

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

Das können wir bestätigen.

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Berichtsfragen

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

Die ökologischen Auswirkungen, wie Lärm, und Emissionen, entstehen bei:

- An- und Abreise zum Kunden (D3)
- An- und Abreise zu Veranstaltungen, Weiterbildungen, Akquisebesuchen, Abstimmung mit Kooperationspartnern (E3)
- Wareneinkauf (E3)
- Energieeinsatz zum Betrieb von Büro und Ausstattung, wie PC, Drucker, etc. (E3)
- Wasserverbrauch (E3)
- Materialeinsatz (E3)

- Entsorgung (E3)
 - Welche Daten zu den wesentlichen Umweltwirkungen (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?

Zu den zuvor genannten Punkten werden die jeweiligen Werte in CO₂-Äquivalenten ermittelt, siehe untenstehende Tabelle.

- Wie werden Umweltdaten veröffentlicht?

Bisher werden keine Daten veröffentlicht.

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
- Kunstlicheinsatz (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 in kg

Die jeweiligen Messwerte sollten auf betrieblich relevante Kenngrößen umgelegt werden (z.B. kg CO₂ pro Mitarbeitendem oder bezogen auf den Umsatz). Die Bezüge können dann zur Überprüfung der Erreichung des Ziels „Reduzierung“ genutzt werden.

Alle Werte sind in der unten stehenden Tabelle erfasst.

In 2023 sind die Emissionen leicht gestiegen, verursacht durch mehr Reiseaufkommen zu Kunden.

Scope	Verbraucher	Art	kg CO ₂ / (l Umrechnung CO ₂ = LPG; l Diesel; km MA)	2023 Menge gesamt	2023 Faktor TBUE	2023 CO ₂ in to TBUE	2022 Menge gesamt	2022 Faktor TBUE	2022 CO ₂ in to TBUE
1	Heizung Gesamt	Erdgas in kWh	0,202	7.821,00	0,15	0,24	9.590,90	0,15	0,29
1	Firmen PKW TB Gesamt	Diesel in l	2,66	1.680,00	0,75	3,35	1.400,00	0,70	2,61
1	Firmen PKW MB Gesamt	Benzin in l	2,66	450,00	0,15	0,18	450,00	0,15	0,18
2	Stromverbrauch extern	kWh	0,269	2.973,00	0,15	0,12	3.237,00	0,15	0,13
3	Flug Zug Taxi gesamt	km / Jahr	0,25	4.400,00	1,00	1,08	0,00	1,00	0,00
3	Übernachtungen	Anzahl	21	6,00	1,00	0,13	1,00	1,00	0,02
3	zu Fuß; Fahrrad TB gesamt	km / Jahr	0,00	600,00	0,40		600,00	0,40	
3	zu Fuß; Fahrrad MB gesamt	km / Jahr	0,00	300,00	0,40		300,00	0,40	
3	Wasser Gesamt	m ³	0,34	80,00	0,15	0,00	100,00	0,10	0,00
3	Abwasser gesamt	m ³	0,49	80,00	0,15	0,01	83,00	0,10	0,00
3	Abfall Papier	to	79,00	0,91	0,20	0,01	0,91	0,20	0,01
3	Abfall Kunststoff	to	1312,00	0,08	0,10	0,01	0,08	0,10	0,01
3	Restmüll	to	330,36	0,78	0,05	0,01	0,78	0,05	0,01
3	Altmetall	to	34,00	0,05	0,20	0,00	0,05	0,20	0,00
3	Aktenvernichtung	to	79,00	0,03	0,80	0,00	0,03	0,80	0,00
3	Kopierpapier	kg	0,74	45,00	0,90	0,03	45,00	0,90	0,03
3	Kopierpa.bedruck.	kg	0,57	40,00	0,90	0,02	40,00	0,90	0,02
3	Druckaufträge Frischpapier	kg	0,92	40,00	0,90	0,03	40,00	0,90	0,03
3	Druckaufträge Recycling	kg	0,74						
3	Emission Drucken	kg	0,398	40,00	0,90	0,01	40,00	0,90	0,01
3	Hygienepapier	kg	0,74	35,00	0,10	0,00	35,00	0,10	0,00
3	Laptops	Stück	174,11	1,00	1,00	0,17	1,00	1,00	0,17
3	Smartphones	Stück	57	2,00	1,00	0,11	2,00	1,00	0,11
3	Tablets	Stück	86	0,00			0,00		
3	Bildschirme	Stück	375,15	2,00	1,00	0,75	2,00	1,00	0,75
3	Drucker Scanner	Stück	60,92	2,00	1,00	0,12	2,00	1,00	0,12
3	Stand PCs	Stück	237,02	1,00	1,00	0,24	1,00	1,00	0,24
E3	Kunstlichteinsatz	kWh		170,00			170,00		
E3	Chemikalien	kg		0,50			0,50		
		Gesamt CO ₂ in to				6,64			4,77
		Anzahl Personen				1,15			1,15
		to CO ₂ / Person				5,77			4,15

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Die obenstehende CO₂-Bilanz wurde im Berichtszeitraum erstellt.
- Zusätzlich wurde ein persönlicher CO₂-Fußabdruck erstellt.
- In den Jahren 2022 und 2023 wurden Optimierungen an der Heizungsanlage und am Stromverbrauch durchgeführt, die den Gas- und Stromverbrauch reduziert haben.
- Zudem wurden Heizzyklen und die Nutzung elektrischer Geräte angepasst.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Das Reiseaufkommen macht den größten Anteil der Emissionen aus. Zur Reduzierung wird im ersten Schritt ein verbrauchsärmeres Fahrzeug angeschafft. Dadurch können bei gleichem Reiseaufkommen ca. 700 kg CO₂ eingespart werden.

- E-Bikes sollen ebenfalls angeschafft werden
- Zusätzlich können wir zukünftig
 - ...Recyclingpapier einsetzen
 - ...die Heizung weiter optimieren
 - ...die PV-Anlage erweitern und mehr eigenen Strom nutzen
 - ...den Stromverbrauch weiter reduzieren
 - ...mittelfristig den Brennstoff Gas ersetzen

E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Berichtsfrage

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

Das können wir bestätigen.

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Berichtsfragen

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

Bisher wurden keine Informationen veröffentlicht.

- Wie können Bürger*innen in Dialog treten und gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?
- Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?

Bisher gab es keine Anlässe für einen Bürgerdialog.

Verifizierungsindikatoren

- Veröffentlichung eines Gemeinwohlberichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung

Der Gemeinwohlbericht wird 2024 veröffentlicht.

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

Wie im Berichtsteil C beschrieben, treffen meine Frau und ich die Entscheidungen, die die Ausrichtung der Firma betreffen, zu 100% gemeinsam.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Erstellen eines Gemeinwohlberichts

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Veröffentlichung des GWÖ-Berichts im 2. Quartal 2024

E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Berichtsfrage:

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

Das können wir bestätigen

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Ausblick

Kurzfristige Ziele

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

1. Abschluss der Zertifizierung zum GWÖ-Berater
2. Informationsveranstaltung über Nachhaltigkeitsthemen im Geseker Wirtschafts-Netzwerk
3. Aufbau des Geschäftsfeldes „Nachhaltigkeitsmanagement“
4. Engagement im GWÖ-Verein OWL (weil er räumlich am nächsten liegt)
5. Aufbau einer Peergroup zum Erstellen einer GWÖ-Bilanz

Langfristige Ziele

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

Das langfristige Ziel ist, dass nachhaltigeres Wirtschaften in den Unternehmen Einzug hält. Die Unternehmen sollen offen an ihre Herausforderungen gehen und die Vorteile für sich selbst, die Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten und die Umwelt erkennen. Zurzeit entzündet sich die Diskussion zu sehr über den bürokratischen Aufwand, der mit der Nachhaltigkeitsberichterstattung verbunden ist. Folge davon ist z.B., dass mit diesem Argument die Einführung des Lieferkettengesetzes der EU gestoppt wurde.

Veränderungen, die in unserer Lebens- und Wirtschaftsweise dringend notwendig sind, müssen aus Überzeugung angegangen werden. Wer davon überzeugt ist, etwas tun zu wollen, kommt vielleicht zu der Auffassung, dass die Strategie „Ich tu, was ich kann“ einen guten Leitfaden bildet.

Daran ausgerichtet, können die Unternehmen dann Ihren Weg finden, indem sie erkennen, welche Maßnahmen es sind, die sie tun können. Die Maßnahmen müssen einen konkret messbaren Nutzen haben, für die Firma, Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten, die Gesellschaft, die Umwelt, am besten für alle genannten Gruppen. Dann lässt sich der Beitrag gut erkennen und es entsteht die Motivation am Ball zu bleiben. Die Veränderungen selbst sind dann nachhaltig und gehören zur DNA des Unternehmens.

Ob dieses Denken und diese Vorgehensweise ausreicht das 1,5 Grad-Ziel einzuhalten, Kippunkte zu verzögern oder gar zu vermeiden, das Wirtschaftssystem zu verändern und den Konsum einzubremsen, ist schwer zu sagen, aber wahrscheinlich eher nicht.

Für mich ist es zumindest ein gangbarer Weg und passt zu meiner Strategie „Ich tu, was ich kann!“

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)“.

EIGENER TEXT mit Verweisen zu den passenden Aspekten

Der vorliegende Gemeinwohl-Bericht ist nach bestem Wissen und Gewissen erstellt worden, um den Erfordernissen der o.g. Richtlinie zu entsprechen.

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?

Der vorliegende GWÖ-Bericht wurde von mir in Zusammenarbeit mit einer Peergroup aus dem Lernweg Herbst 2023 erstellt.

Melanie Böke hat den Bericht gelesen und gemeinsam haben wir ihn, vor Abgabe in die Peergroup zur Bewertung, endbesprochen.

Der Arbeitsaufwand lag bei ca. 160 Stunden für das Erstellen des Berichtes und aller dazugehörigen Daten inklusive der Recherchen und dem Besuch des Lernwegs (TB: 140, MB 20).

Datum: 22. April 2024 / Thomas und Melanie Böke