



GEMEINWOHL-BERICHT  
für das Unternehmen  
GefAA TELECONSULT UG  
(haftungsbeschränkt)

Berichtszeitraum  
2014 / 2015

TELECONSULT

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>Inhaltsverzeichnis</b> .....	2
<b>Das Unternehmen und das Gemeinwohl</b> .....	5
Allgemeine Infos .....	5
Tätigkeitsbereich.....	5
Bezug zum Gemeinwohl .....	6
Testat : PEER EVALUIERUNG.....	7
Negativkriterien.....	8
<b>Beschreibung der einzelnen Kriterien</b> .....	9
A1 Ethisches Beschaffungsmanagement.....	9
A1.1 Berücksichtigung regionaler, ökologischer und sozialer Aspekte bzw. höherwertiger Alternativen .....	9
A1.2 Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken zugekauften P/D und Prozesse zur Sicherstellung.....	10
A1.3 Strukturelle Rahmenbedingungen zur fairen Preisbildung .....	10
B1 Ethisches Finanzmanagement.....	11
B1.1 Institutionalisierung .....	11
B1.2 Ethisch-nachhaltige Qualität des Finanzdienstleisters.....	11
B1.3 Gemeinwohlorientierte Veranlagung .....	12
B1.4 Gemeinwohlorientierte Finanzierung .....	12
C1 Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung .....	13
Allgemeines.....	13
C1.1 Mitarbeiter Orientierte Organisationskultur und -strukturen .....	13
C1.2 Faire Beschäftigungs- und Entgeltpolitik .....	13
C1.3 Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung einschließlich Work-Life-Balance/ flexible Arbeitszeiten .....	14
C1.4 Gleichstellung und Diversität - trifft für EPU nicht zu .....	14
C2 Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit.....	15
C2.1 Senkung der Normalarbeitszeit.....	15
C2.2 Erhöhung des Anteils der Teilzeit-Arbeitsmodelle und Einsatz von Zeitarbeit (bei adäquater Bezahlung) .....	15
C2.3 Bewusster Umgang mit (Lebens-) Arbeitszeit .....	15
C3 Forderung und Förderung ökologischen Verhaltens der Mitarbeiter/innen.....	16
C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit.....	16
C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz .....	16

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse .....	17
D1 Ethisches Verkaufen .....	18
D1.1 Gesamtheit der Maßnahmen für eine ethische Kundenbeziehung (ethisches Marketing + Verkauf) .....	18
D1.2 Produkttransparenz, Fairer Preis und ethische Auswahl der KundInnen .....	18
D1.3 Umfang der KundInnen-Mitbestimmung/ gemeinsame Produktentwicklung / Marktforschung .....	19
D1.4 Service-Management.....	19
D2 Solidarität mit Mitunternehmen .....	19
D2.1 Offenlegung von Informationen + Weitergabe von Technologie .....	19
D2.2 Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen und Finanzmitteln; kooperative Marktteilnahme.....	20
D2.3 Kooperatives Marketing .....	20
D3 Produkte / Dienstleistungen - Ökologische Gestaltung .....	20
D3.1 Produkte/ Dienstleistungen sind im ökologischen Vergleich zu P/DL von MitbewerberInnen bzw. Alternativen von gleichem Nutzen.....	20
D3.2 Suffizienz (Genügsamkeit): Aktive Gestaltung für eine ökologische Nutzung und suffizienten Konsum .....	20
D3.3 Kommunikation: Aktive Kommunikation ökologischer Aspekte den KundInnen gegenüber.....	21
D4 Produkte / Dienstleistungen - Soziale Gestaltung.....	21
D4.1 Erleichterter Zugang zu Informationen/ Produkten/ Dienstleistungen für benachteiligte KundInnen-Gruppen .....	21
D4.2 Förderungswürdige Strukturen werden durch Vertriebspolitik unterstützt.....	22
D5 Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards.....	22
D5.1 Kooperation mit MitbewerberInnen und Partnern der Wertschöpfungskette.....	22
D5.2 Aktiver Beitrag zur Erhöhung legislativer Standards.....	22
D5.3 Reichweite, inhaltliche Breite und Tiefe.....	22
E1 Sinn und gesellschaftlichwe Wirkung der Produkte / Dienstleistungen.....	23
E1.1 Produkte/ Dienstleistungen decken den Grundbedarf oder diesen der Entwicklung der Menschen/ der Gemeinschaft/ der Erde und generieren positiven Nutzen .....	23
E1.2 Ökologischer und sozialer Vergleich der Produkte/ Dienstleistungen mit Alternativen von ähnlichem Endnutzen.....	23
E2 Beitrag zum Gemeinwesen.....	23
E2.1 Leistungen .....	23
E2.2 Wirkungen.....	24
E2.3 Intensität .....	24

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen .....	24
E3.1 Absolute Auswirkungen.....	24
E3.2 Relative Auswirkungen.....	24
E3.3 Management und Strategie .....	25
E5 Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung.....	25
E5.1 Transparenz.....	25
E5.2 Mitbestimmung.....	26
<b>Ausblick</b> .....	27
Kurzfristige Ziele .....	27
Langfristige Ziele .....	27
EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Eu COM 2013/207) .....	27
<b>Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz</b> .....	28
Wer war beteiligt?.....	28
Über welchen Zeitraum wurde beides erstellt und wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet? .....	29

# DAS UNTERNEHMEN UND DAS GEMEINWOHL

## ALLGEMEINE INFOS

Kapitalgesellschaft:	100% Anteil des Gesellschafter-Geschäftsführers
Branche:	Dienstleistungen
Beschäftigtenzahl: (Vollzeitäquivalente sowie Saison- oder Zeitarbeiter)	2014: 1,2; 2015: 1
Umsatz:	2014 - 30,5 T€; 2015 voraussichtlich > 40 T€
Gewinn:	2014: - 2 T€; 2015: voraussichtlich 2,5 T€
Firmensitz:	Ernst-Augustin-Straße 15, 12489 Berlin
Homepage:	www.gefaa.com

Das Unternehmen ist mit einem Drittel-Anteil (100 €) Gesellschafter der Dworak und Partner GbR, Eichwalde und mit einem Anteil von 52 € Genosse bei der Berliner Volksbank eG, Berlin.

Die GefAA TELECONSULT UG (haftungsbeschränkt) wurde von Heinz Weißhuhn 2010 gegründet, weil das Consultingunternehmen, bei dem er beschäftigt war, seine Tätigkeit einstellte. Dabei wurden zunächst Mitarbeiter und Geschäftsbeziehungen (TELECONSULT – Netzwerk) übernommen. Zum Kreis der früheren Belegschaft (Alumni) werden bis heute enge Verbindungen gepflegt.

## TÄTIGKEITSBEREICH

Das Tätigkeitsfeld ist im Bereich des Projektmanagements von Innovationsprozessen angesiedelt, mit einem Schwerpunkt auf Kooperationsprojekte zur Entwicklung von innovativen Produkten und Leistungen.

Das Leistungsangebot für innovative KMU greift bei der Projektgestaltung, bei der Beschaffung von Drittmitteln, im Projektcontrolling und in der Phase der Überleitung der Projektergebnisse in vermarktungsfähige Innovationen.

Im Jahre 2015 war das Unternehmen im Rahmen einer Kooperation mit dem verbundenen Unternehmen Dworak und Partner GbR auch beteiligt an je zwei Beratungsprojekten mit dem Ziel einer Materialeffizienzsteigerung bzw. zur Vorbereitung der Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen, die aus zuvor begleiteten Innovationsprozessen stammten.

Produkte/ Dienstleistungen	Anteil am Umsatz
Projektmanagement für Innovationsprojekte	2014: 98%; 2015: 65%
Consulting	2014: 0%; 2015: 31%
sonstiges	2014: 2%; 2015: 4%

TABELLE 1 GESCHÄFTSBEREICHE - UMSATZANTEILE

## BEZUG ZUM GEMEINWOHL

Ziel der Unternehmenstätigkeit ist die Stärkung der Innovationskraft von Klein- und Mittelstandsunternehmen vor allem mit Blick auf qualitativ hochwertige Erzeugnisse, Technologien oder Dienstleistungen sowie auf verbesserte Ressourceneffizienz. Dieser Ansatz weist enge Berührungspunkte zum Gedanken der gemeinwohlorientierten Ökonomie auf. Abgesehen vom Bezug der Kerntätigkeit zum Gemeinwohlgedanken tritt das Unternehmen im Rahmen tätiger Mitgliedschaften in verschiedenen Vereinen in Erscheinung, die entweder gemeinnützig sind oder sich ebenfalls der Stärkung von Klein- und Mittelstandsunternehmen verschrieben haben. Dies sind: OWUS<sup>1</sup>, TKA<sup>2</sup>, MITI<sup>3</sup> und BVMW<sup>4</sup>. Aktivitäten mit direktem Bezug auf die Gemeinwohloökonomie, hier hauptsächlich die Teilnahme an Veranstaltungen, die deren Popularisierung dienen, erfolgten meist im Rahmen des Vereins OWUS. Auch die Entscheidung, den Bilanzierungsprozess besser verstehen zu lernen und ihn dazu selbst zu durchlaufen, fiel im Sommer 2015 in diesem Kontext.

Die GefAA ist kein Mitglied des Gemeinwohl-Ökonomie Berlin-Brandenburg e.V., doch wurde die erste Gemeinwohl-Bilanz im Rahmen eines von diesem organisierten und von der DBU (Deutsche Bundesstiftung Umwelt) geförderten Projekts<sup>5</sup> erstellt. Zusammen mit Vertretern von sieben weiteren Unternehmen und Vereinen erfolgte dazu in einem mehrwöchigen Prozess mit sechs ganztägigen Workshops eine gemeinschaftliche Auseinandersetzung zu den Inhalten aller Indikatoren der GWÖ-Bilanz, einschließlich der Evaluierung der individuellen Bewertungen, die nun in den einzelnen GWÖ-Bilanzen der Beteiligten veröffentlicht werden. Für die GefAA erwies sich diese Konstellation als Glücksfall, verschaffte sie doch sowohl Einblicke zur Herangehensweise unterschiedlichster Akteure, die den „Blick über den Tellerrand“ erweitert haben, als auch Anregungen für die Zukunft, wie das eigene Verhalten stärker am Gemeinwohl ausgerichtet werden kann.

Für weitere Auskünfte zu diesem Prozess besteht nach vorheriger Terminvereinbarung die Möglichkeit zu einem persönlichen Informationsgespräch am Standort des Unternehmens in 12489 Berlin-Adlershof, Ernst-Augustin-Straße 15. Kontaktaufnahme zu Heinz Weißhuhn per Mail ([info@gefaa.com](mailto:info@gefaa.com)) oder telefonisch (030-26301301).

---

<sup>1</sup> Offener Wirtschaftsverband von kleinen und mittelständischen Unternehmen, Freiberuflern und Selbstständigen in Berlin und Brandenburg e.V. Dieser Verein ist Mitglied im Dachverband OWUS - Offener Wirtschaftsverband von kleinen und mittelständischen Unternehmen, Freiberuflern und Selbstständigen in der Bundesrepublik Deutschland e.V., der bundesweit aktiv ist. Ziel von Landes- und Dachverband ist die Stärkung von unternehmerischem Handeln aus wirtschaftlicher Vernunft und sozialer Verantwortung.

<sup>2</sup> TKA - Technologiekreis Adlershof e.V., eine lokal am Unternehmensstandort aktive Interessengemeinschaft und Interessenvertretung von und für am Wissenschafts-, Wirtschafts- und Medienstandort Adlershof ansässige, vorwiegend technologieorientierte Wirtschaftsunternehmen.

<sup>3</sup> MITI - Märkisches Institut für Technologie- und Innovationsförderung e.V., eine gemeinnützige Forschungseinrichtung auf privatrechtlicher Basis, mit der gemeinnützigen Zielsetzung, Forschung, Lehre und Beratung in Feldern der öffentlichen und privaten nachhaltigen Sicherheits- und Daseinsvorsorge zu fördern, zu koordinieren und auch selbst durchzuführen. Dieser Verein hat seine Basis in der Region Berlin-Brandenburg, ist aber im Rahmen seiner Satzung international tätig.

<sup>4</sup> BVMW - Bundesverband Mittelständische Wirtschaft, Unternehmerverband Deutschlands e.V., dessen Selbstverständnis eine bundesweite Solidargemeinschaft kleiner und mittlerer Unternehmen zur Einflussnahme auf wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen ist.

<sup>5</sup> Dabei handelt es sich um das Projekt *Modellhafte Umsetzung der Gemeinwohl-Bilanzierung als zentrales Element des weiterentwickelten Nachhaltigkeitsmanagements in kleinen und mittelständischen Unternehmen*.

# TESTAT : PEER EVALUIERUNG

**GEMEINWOHL-  
BILANZ** 2014/15

für GefAA Teleconsult UG  
BegleiterIn Urte Töpfer / Anne Berg

WERT BERÜHRUNGSGRUPPE	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Demokratische Mitbestim- mung & Transparenz
A) LieferantInnen	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement				10 %
B) GeldgeberInnen	B1: Ethisches Finanzmanagement				40 %
C) MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung  20 %	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit  30 %	C3: Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen  10 %	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens  - %	C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz  - %
D) KundInnen / Produkte / Dienstleistungen / Mitunternehmen	D1: Ethische Kundenbeziehung  50 %	D2: Solidarität mit Mitunternehmen  20 %	D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen  20 %	D4: Soziale Gestaltung der Produk- te und Dienstleistungen  20 %	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards  40 %
E) Gesellschaftliches Umfeld: Region, Souve- rän, zukünftige Genera- tionen, Zivilgesellschaft, Mitmenschen und Natur	E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / DL  40 %	E2: Beitrag zum Gemeinwesen  50 %	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen  10 %	E4: Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung  - %	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung  0 %
<b>Negativ-Kriterien</b>	Verletzung der ILO- Arbeitsnormen/ Menschenrechte  0	Feindliche Übernahme  0	Illegitime Umweltbelastungen  0	Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens  0	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Töchter  0
	Menschenunwürdige Produkte, z.B. Tretminen, Atomstrom, GMO  0	Sperrpatente  0	Verstöße gegen Umweltauflagen  0	Arbeitsplatzabbau oder Standort-verlagerung bei Gewinn  0	Verhinderung eines Betriebsrats  0
	Beschaffung bei / Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen  0	Dumpingpreise  0	Geplante Obsoleszenz (kurze Lebensdauer der Produkte)  0	Umgehung der Steuerpflicht  0	Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbies / Eintragung in das EU-Lobbyregister  0
				Unangemessene Verzinsung für nicht mitarbeitenden Gesellschafter  0	Exzessive Einkommens- spreizung  0

Mit diesem Testat wird die Peer-Evaluierung des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Matrix 4.1.  
Nähere Informationen zur Matrix, den Indikatoren und dem Audit-System finden Sie auf [www.gemeinwohl-oekonomie.org](http://www.gemeinwohl-oekonomie.org)

Testat gültig bis 31.12.2017

**BILANZSUMME**

**247**

## NEGATIVKRITERIEN

Keines der in der Evaluation zu prüfenden Negativkriterien trifft auf das Unternehmen GefAA TELECONSULT UG (haftungsbeschränkt) zu.

Zur kompletten Aufstellung siehe Tabelle 3.

Negativkriterium	Kann ich bestätigen	Kann ich nicht bestätigen
Keine Verletzung der ILO-Arbeitsrechtenormen/ Menschenrechte	X	
Keine Menschenunwürdigen Produkte	X	
Keine Beschaffung bzw. Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen	X	
Keine feindliche Übernahme	X	
Keine Sperrpatente	X	
Keine Dumpingpreise	X	
Keine illegitimen Umweltbelastungen	X	
Keine Verstöße gegen Umweltauflagen (z.B. Grenzwerte)	X	
Keine geplante Obsoleszenz	X	
Kein Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens	X	
Kein Arbeitsplatzabbau oder Standortverlagerung trotz Gewinn	X	
Keine Umgehung der Steuerpflicht	X	
Keine unangemessene Verzinsung für nicht mitarbeitende Gesellschafter	X	
Offenlegung aller Beteiligungen und Tochterunternehmen	X	
Keine Verhinderung eines Betriebsrates	X	
Offenlegung aller Finanzflüsse an Lobbyisten und Lobby-Organisationen/Eintragung ins Lobbyregister der EU	X	
Keine Exzessive Einkommensspreizung	X	

TABELLE 2 NEGATIVKRITERIEN



# BESCHREIBUNG DER EINZELNEN KRITERIEN

## A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSMANAGEMENT

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass ein ethisches Beschaffungsmanagement im Unternehmen erst in Ansätzen existiert, regionale, ökologische und soziale Aspekte nur beim Bezug einiger Produkte und Dienstleistungen berücksichtigt werden, eine Auseinandersetzung mit eventuellen Risiken zugekauften Produkte und Dienstleistungen zur Sicherstellung der Unternehmenstätigkeit erst in Teilbereichen erfolgt und es keine systematisch bewusst genutzten strukturellen Rahmenbedingungen zur fairen Preisbildung beim Einkauf gibt. Wie sich die Situation im Einzelnen darstellt, wird nachfolgend erläutert.

### A1.1 BERÜCKSICHTIGUNG REGIONALER, ÖKOLOGISCHER UND SOZIALER ASPEKTE BZW. HÖHERWERTIGER ALTERNATIVEN

Eine ausführliche Darstellung enthält die Anlage *A1.1 Beschaffung von Produkten und Dienstleistungen - regionale, ökologische und soziale Aspekte*. Angemerkt sei noch, dass die Technik des Unternehmens auch für privaten Gebrauch zur Verfügung steht, wodurch Doppelschaffungen vermieden werden.

Die zugelieferten Produkte und Dienstleistungen sowie deren prozentualer Anteil am Aufwand im Berichtszeitraum sind in der Tabelle 4 aufgeführt.

<b>Ausgabenposten + % der Ausgaben</b>	<b>Erläuterung und (soziale, ökologische, regionale) Bewertung</b>
Miete inkl. Wärme / Wasser / Strom 2014: 30%; 2015 22,2%	Räume im Altbau mit sehr schlechten Effizienzwerten; Bezug von Wärme, Wasser, Strom usw. über den Vermieter → Abgeltung durch Pauschale, die ca. ein Viertel der Mietsumme ausmacht. Kein Einfluss auf Lieferantenauswahl. Kein ökologischer Anreiz.
Unterhaltung / Nutzung des Inventars [Computer / sonstige Technik; PKW ohne Reisekosten] 2014: 12%; 2015 12,3%	Markenprodukte großer Konzerne. IKT-Betreuung zu 100% durch lokale Kleinunternehmen. Büromöblierung gebraucht übernommen. Traditionell werden Güter möglichst lange genutzt, weit über ihre Abschreibungsdauer hinaus.
Prozesse zur Sicherstellung der Unternehmenstätigkeit einschl. Bürobedarf, Porto, Telefon 2014: 7,5%; 2015 7,6%	Lohnberechnung, Steuerberatung erledigen lokale Kleinunternehmen. Internetzugang (1&1), Domainhosting und Mailverkehr (domainfactory) sind dagegen Großunternehmen anvertraut. Bürobedarf wird bezogen über Filialen großer Einzelhandelskonzerne, Tankstellenketten; Internetportale (Amazon); dabei häufig Präferenz von Produkten aus der Region.
Kooperationsleistungen Aufwandsersatz 2014: 4%; 2015 9,6%	Durchweg von Kleinunternehmen aus der Region erbracht. Unterstützung erfährt das Unternehmen durch einen ehrenamtlich tätigen Seniorconsultant. Dieser erhält bei nur Reisekostenersatz.
Sonstige 2014: 9%; 2015: 12,3%	Versicherungen, Beiträge; Repräsentation, Werbung, Bewirtung; Mietleasing Kopierer (inzwischen beendet) und sonstige Positionen

Ergänzende Bemerkung: Personalaufwand 2014: 37,5%; 2015: 36%	Größter Ausgabeposten. Das ist auch gewollt.
--	--

TABELLE 3 ANTEIL P/D AM GESAMTAUFWAND

### *A1.2 AKTIVE AUSEINANDERSETZUNG MIT DEN RISIKEN ZUGEKAUFTE P/D UND PROZESSE ZUR SICHERSTELLUNG*

Eine offensive Auseinandersetzung zu den sozialen und ökologischen Risiken hinsichtlich der beschafften Produkte und Dienstleistungen findet bislang nur in Ansätzen und nicht systematisch statt. Dies gilt insbesondere bezüglich der meisten der bezogenen Produkte und auch für einige der in Anspruch genommenen Dienstleistungen, zum Beispiel für Telekommunikation.

Die Beauftragung von Dienstleistungen im Umfang von 4.000 € (2014; mehr als ein Fünftel der Beschaffungskosten) bzw. 5.650 € (2015; knapp 18% der Beschaffungskosten) erfolgte im Rahmen von schon langfristig bestehenden Geschäftsbeziehungen zu den betreffenden Kleinunternehmen. Auch die EDV- Beschaffungen stützen sich auf Empfehlungen des Dienstleisters. Der enge persönliche Kontakt wird als die sicherste Möglichkeit angesehen, negative Auswirkungen, vor allem in sozialer Hinsicht, zu erkennen bzw. diesen vorzubeugen.

### *A1.3 STRUKTURELLE RAHMENBEDINGUNGEN ZUR FAIREN PREISBILDUNG*

Im Beschaffungsprozess können Produkten und Dienstleistungen unterschieden werden. Geht es um Produkte, spielen bisher zwei Kriterien die Hauptrolle:

1. Wird damit der Beschaffungszweck gut erfüllt?
2. Ist der Preis akzeptabel?

Bei höherwertigen Gütern wird nach diesen Kriterien recherchiert und ggf. zusätzlich externe Beratungsleistung hinzugezogen, wie z.B. generell hinsichtlich der Informations- und Kommunikationstechnik.

Anders sieht es beim Bezug der meisten Dienstleistungen aus. Hier bestehen durchweg langjährige Geschäftsbeziehungen bzw. bei Neuanbahnungen erfolgen diese auf Empfehlung von Vertrauenspersonen. In den Bereichen Lohnberechnung, Steuerberatung (Bilanzherstellung), Betreuung der Informations- und Kommunikationstechnik (siehe oben) werden die Leistungen regelmäßig von lokalen Kleinunternehmen erbracht. Teilweise werden Dienst- und Beratungsleistungen von Kooperationspartnern, durchweg Einpersonenernehmen, erbracht sowie ggf. arbeitsteilige Leistungen auch vom Kunden beigestellt. Dies erfolgt jeweils projektbezogen.

Für das Geschäftsfeld der Materialeffizienzberatungen wurde mit zwei weiteren Kooperationspartnern eine GbR gegründet, die in diesen Projekten als Anbieter auftritt, deren Leistungen arbeitsteilig von den drei beteiligten Beratern erbracht werden.

Alle diese Kooperationsbeziehungen sind langfristig angelegt.

## B1 ETHISCHES FINANZMANAGEMENT

### B1.1 INSTITUTIONALISIERUNG

Dass die Kunden dabei unterstützt werden, öffentliche Fördermittel, die zur Stärkung von KMU vorgesehen sind, tatsächlich nutzen zu können, zeigt zumindest, dass der Einsatz der Finanzmittel zur Aufrechterhaltung der Unternehmenstätigkeit einem ethischen Impuls unterliegt. Ein institutionalisiertes ethisches Finanzmanagement existiert im Unternehmen nicht. Gleichwohl wird bei allem Auf und Ab des Geschäftsbetriebs Nachhaltigkeit angestrebt und sind auch die Finanzbeziehungen durchweg langfristiger Natur. Angeregt durch die Peer-to-Peer- Evaluierung sollen ein Unternehmensleitbild erarbeitet und auf dieser Grundlage die Finanzbeziehungen im Einzelnen bewertet werden.

### B1.2 ETHISCH-NACHHALTIGE QUALITÄT DES FINANZDIENSTLEISTERS

Eine Auflistung der vom Unternehmen genutzten Finanzdienstleistungen und der dafür in Anspruch genommenen Finanzdienstleister ist der folgenden Tabelle zu entnehmen.

Finanzdienstleistung	Abwicklung über folgenden Finanzdienstleister
Giroverkehr; Reservebildung, Anlagenverwaltung	Berliner Volksbank e.G. – Kto.- führendes Institut Giro- und Tagesgeldkonto sowie Anlagenkonto für den Genossenschaftsanteil
Altersversorgung	ERGO-Gruppe
Betriebs- und Haft- pflichtversicherung	Zuricher und Gothaer - Versicherung

TABELLE 4 FINANZDIENSTLEISTUNGEN

Das kontoführende Institut ist mit der Berliner Volksbank e.G. eine regional verwurzelte Genossenschaftsbank. Neben dem Girokonto werden hier auch ein Tagesgeldkonto zur temporären Reservebildung und das Anlagenkonto zur Verwaltung des Genossenschaftsanteils geführt. Betriebs- und Haftpflichtrisiken und die Zahlungen zum Aufbau einer betrieblichen Altersvorsorge sind dagegen in den Händen von großen Konzerngesellschaften und nicht nach ethischen Kriterien ausgerichtet. Für die Betriebs- und Haftpflichtversicherungen sind derartige Alternativen nicht bekannt und ein Umsteuern in der Anlage der Altersversorgung wäre mit erheblichen Nachteilen verbunden, so dass diese Verträge bis zum jeweiligen Ablaufdatum fortgeführt werden sollen.

### *B1.3 GEMEINWOHLORIENTIERTE VERANLAGUNG*

Kapitalanlagen in nennenswertem Umfang hat das Unternehmen nicht.

Im Zuge der Kontoeröffnung zur Unternehmensgründung wurde ein Genossenschaftsanteil in Höhe von 52 € gezeichnet und damit von vornherein die angestrebte Langfristigkeit dieser Geschäftsverbindung unterstrichen.

Die Beteiligung an einer GbR mit zwei weiteren Einpersonener Unternehmen zum Zwecke der Inangsetzung von Beratungsprojekten erfolgte in Form einer Kasseneinlage in Höhe von 100 €.

Die Bildung einer Liquiditätsreserve erfolgt, soweit der Geschäftsverlauf das erlaubt, zunächst auf dem zinslosen Girokonto, das ohne Kontokorrent geführt wird und darüber hinaus auf dem angeschlossenen Tagesgeldkonto. Die daraus resultierenden Zinserträge sind ohne wirtschaftliche Bedeutung (< 10 € pro Jahr).

In Jahren mit Bilanzgewinn ist eine UG (haftungsbeschränkt) zur Einlage in die gesetzliche Rücklage verpflichtet. Abgesehen von einer Tantieme (siehe C1.2) verblieben auch alle sonstigen Überschüsse bisher stets im Unternehmen und schufen die Möglichkeit, in Jahren mit Bilanzverlusten, diese auszugleichen, wie 2014 geschehen.

Kapitalanlagen und (temporäre) Rücklagen dienen nicht der Gewinnerzielung, sondern werden zur Stärkung der Eigenkapitalbasis eingesetzt.

### *B1.4 GEMEINWOHLORIENTIERTE FINANZIERUNG*

Das Eigenkapital wurde zur Unternehmensgründung allein vom Gesellschafter eingebracht (gezeichnetes Kapital) bzw. in Überschussjahren in Rücklagen eingestellt. Das Fremdkapital ist 2010 zur Finanzierung des Firmen-PKW als mit 4% verzinsliches Darlehen von Verwandten aufgenommen worden (Anteil am Fremdkapital 2014: noch 15%) oder zwischenzeitlich vom Gesellschafter als unverzinsliche Liquiditätshilfe bereitgestellt worden. Diese würde im Insolvenzfall zu haftendem Eigenkapital.

Die Eigenkapitalquote beträgt zurzeit nur 20% und soll schrittweise deutlich erhöht werden, was einerseits durch Wiederauffüllung von Rücklagen, andererseits durch Ablösung der Restkreditsumme für den PKW und Reduzierung der bestehenden Liquiditätskredite erreicht werden soll.

## **C1 ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GLEICHSTELLUNG**

### *ALLGEMEINES*

Die GefAA TELECONSULT UG (haftungsbeschränkt) ist derzeit und vermutlich auch in Zukunft ein Einpersonenunternehmen. Bis Mitte Februar 2015 wurde auf Stundenbasis noch eine weitere Person mit Sekretariatsarbeiten nebenberuflich geringfügig beschäftigt. Dies erfolgte vorrangig mit dem Ziel, deren Chancen auf dem Arbeitsmarkt zu steigern. Auf Empfehlung eines Partners aus dem TELECONSULT – Netzwerk gelang es tatsächlich, sie in eine Vollzeitstelle zu vermitteln, womit die Nebentätigkeit endete.

Das Unternehmen hält für ehemalige Mitarbeiter/innen (Alumni) zwei Büroarbeitsplätze bereit, die von ihnen für private Belange genutzt werden können. Dies dient, neben der Durchführung oder Unterstützung von gemeinsamen Veranstaltungen, der Aufrechterhaltung des Alumni-Netzwerkes- einer wichtigen sozialen Einbindung der Unternehmenstätigkeit.

### *C1.1 MITARBEITER ORIENTIERTE ORGANISATIONSKULTUR UND -STRUKTUREN<sup>6</sup>*

Hier sind lediglich Bildungs- bzw. Weiterbildungsaktivitäten zu nennen. Eine Fortbildung erfolgt vor allem im Rahmen der o.g. Vereinsmitgliedschaften oder durch Besuche von Fach- Veranstaltungen, die zum Beispiel von der IHK oder Wirtschaftsförderungern, wie der Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie GmbH, oder von Netzwerken am Standort, wie dem Dorint-Stammtisch, angeboten werden. Schwerpunkte sind Fragen im Zusammenhang mit der Verantwortung von Geschäftsführern und mit dem Tätigkeitfeld des Unternehmens oder seiner Einbindung am Standort. Die Teilnahme an der Peer-Evaluierung für die Erstellung dieses Gemeinwohl-Berichtes und der GWÖ-Bilanz dient u.a. der Fortbildung, soll doch dadurch der Bilanzierungsprozess besser verstanden werden. Teilweise erfolgt die Teilnahme an Veranstaltungen, wie zum Beispiel von Kooperationsforen im Rahmen des WTT-Projekts (WTT = Wissens- und Technologietransfer), in Abstimmung oder im Auftrag von Kunden. Von Fall zu Fall werden darüber hinaus Online-Angebote, etwa von Lexware für Fragen zum Umgang mit dem Buchhaltungsprogramm, in Anspruch genommen. Wesentlicher ist jedoch das In-House-Coaching des EDV-Dienstleisters bezüglich eines effizienten Einsatzes der vorhandenen Technik und bei der Einarbeitung in neue Verfahren.

Durch die Bereitstellung privat nutzbarer Arbeitsplätze bestehen gute Voraussetzungen, insbesondere für den Seniorconsultant, immer wieder den persönlichen Kontakt am Firmenstandort zu suchen. Dies erleichtert es, aus dem Fundus seiner wertvollen Erfahrungen und persönlichen Verbindungen zu schöpfen.

### *C1.2 FAIRE BESCHÄFTIGUNGS- UND ENTGELTPOLITIK*

Die tatsächliche Möglichkeit zur Entgeltzahlung hängt wesentlich vom Geschäftserfolg ab.<sup>7</sup> Ziel ist es, eine Arbeitszeitverkürzung (siehe C2) ohne Gehaltseinbußen durchzuführen.

---

<sup>6</sup> Konkret in den Dimensionen: Klarheit über Aufgaben und Verantwortlichkeiten (und ihre Grenzen), Wertschätzungskultur, Führungskultur, konstruktiver Umgang mit Problemen, Kommunikationskultur inkl. MA-Befragungen und Aus- und Weiterbildung.

<sup>7</sup> Als existenzsichernde Ausgründung angelegt, geriet das Unternehmen bald in schwieriges Fahrwasser. Der wichtigste Kunde, eine international agierende Hightech-Firma, gab die beiden Geschäftsfelder, für die spezielle Rechercheleistungen erbracht wurden, auf. Dies führte 2011 zu Entlassungen der mit diesen Arbeiten betrauten

Für Gewinnjahre erhält der GF als leistungsbezogenen Gehaltsbestandteil 20 % des Jahresüberschusses. Unabhängig von der Gewinnsituation werden für die Altersversorgung je 50 € pro Monat in eine Pensionskasse bzw. Direktversicherung und darüber hinaus Zuzahlungen bis zur Erreichung des jeweils gültigen Höchstbetrages von 4% der Beitragsbemessungsgrenze in der gesetzlichen Rentenversicherung gezahlt. Diese Anlagen sind nicht gemeinwohlorientiert. Ein Umsteuern wäre jedoch mit erheblichen Nachteilen verbunden, so dass diese Verträge bis zum jeweiligen Ablaufdatum fortgeführt werden sollen.

### *C1.3 ARBEITSSCHUTZ UND GESUNDHEITSFÖRDERUNG EINSCHLIEßLICH WORK-LIFE-BALANCE/ FLEXIBLE ARBEITSZEITEN*

Soweit Bürotätigkeiten zu erledigen sind, wird eine Regelarbeitszeit ab ca. 9:00 Uhr angestrebt, so dass bei Bedarf private Frühtermine (Handwerker) ohne Fehlzeiten übernommen werden können. Außentermine sind flexibel mit Kunden oder Kooperationspartnern abzustimmen. Die tatsächliche Arbeitszeit wird nicht gemessen, jedoch durchgesetzt, dass die späten Abendstunden und die Wochenenden von der Unternehmenstätigkeit möglichst wenig beeinträchtigt sind. Einige Kurzurlaube und auch mindestens ein zusammenhängender Urlaub von wenigstens zwei Wochen pro Jahr sind Standard. Es besteht die Möglichkeit zur Nutzung eines häuslichen Arbeitsplatzes, von der jedoch wenig Gebrauch gemacht wird.

Dem Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz wird nur von Fall zu Fall ausdrückliches Augenmerk zuteil. Beispielsweise ist der wichtigste Arbeitsplatz mit einem ergonomischen Stuhl ausgestattet und es gibt innerhalb des Büros etwas Bewegungsspielraum, dessen Nutzung durch die Geräteverteilung (Arbeitsplätze, Kopierer, Imbiss-ecke) angeregt werden soll. Es besteht die Möglichkeit, Speisen und Getränke aufzubewahren und zuzubereiten. Diese Infrastruktur (Herd, Mikrowelle, Kühlschrank, Kaffeeautomat) wird auch bei größeren Arbeitsbesprechungen und Alumni-Treffen genutzt. Manko: eine tägliche Mittagspause gibt es nicht.

An heißen Sommertagen kann bei direkter Sonneneinstrahlung kein vernünftiges Raumklima aufrechterhalten werden, was im Mietvertrag ausdrücklich aufgeführt ist. Mit einem transportablen Thermostat soll dem entgegengewirkt werden, was dann allerdings mit einer erheblichen Geräuschbelastung verbunden ist. Eine Lösung dieses Problems kann nur vom Eigentümer/Verwalter der Immobilie herbeigeführt werden und ist vorläufig nicht absehbar.

### *C1.4 GLEICHSTELLUNG UND DIVERSITÄT - TRIFFT FÜR EPU NICHT ZU*

Fragen zur Gleichstellung und Diversität stellen sich für das Unternehmen nur im Kontext des Alumni-Netzwerks und im sonstigen Stakeholder-Umfeld. Alle ehemaligen Mitarbeiter/innen sind gleichberechtigt eingeladen, die Angebote des Unternehmens zu nutzen. Gebrauch davon wird in sehr unterschiedlichem Maße gemacht. Altersrentner nutzen regelmäßig die verfügbaren Zusatzarbeitsplätze mit Internetanbindung. Bis zur Aufnahme einer neuen Vollzeitstätigkeit wurde die hiesige Infrastruktur auch von der geringfügig Beschäftigten intensiv zur Arbeitssuche und für sonstige private Zwecke genutzt. Bei den betrieblich initialisierten Veranstaltungen sind stets die jeweiligen Partner der Alumnis mit eingeladen.

---

Angestellten und einer weitgehenden Gehaltsaussetzung für den Inhaber-Geschäftsführer. Die nunmehr überdimensionierte Infrastruktur musste im Zuge eines langwierigen Sanierungsprozesses angepasst werden. Erst im Sommer 2015 war dieser Prozess weitgehend abgeschlossen, sodass wieder ein Gehalt über der Geringfügigkeitsgrenze gezahlt werden kann.

Im Sinne der Vereinbarkeit von Familie und Beruf wird die Flexibilität bei der Arbeitsgestaltung genutzt, um Betreuungsaufgaben (Enkel) und andere familiäre Verpflichtungen wahrnehmen zu können.

## **C2 GERECHTE VERTEILUNG DER ERWERBSARBEIT**

Eine Erfassung der Arbeitszeit erfolgt nicht. Das Aufsetzen eines entsprechenden Erfassungsprozesses wird als überflüssig erachtet.

Nach Außen kommuniziert wird die Erreichbarkeit im Büro zwischen 09:00 Uhr und 17:00 Uhr. In Ausnahmefällen wird die Erreichbarkeit via Handy angeboten, vor allem außerhalb dieser Zeit und bei Abwesenheit vom Bürostandort. Im Falle der Nichterreichbarkeit stehen E-Mail-Kontakt, Fax und Anrufbeantworter zur Verfügung, um Nachrichten zu hinterlassen.

### *C2.1 SENKUNG DER NORMALARBEITSZEIT*

Nicht immer gelingt die Abgrenzung von Arbeits- und Freizeit, zum Beispiel in der Vereinstätigkeit. Die Kerntätigkeit ist bisher auf eine 40h- Woche ausgelegt. Langfristig ist der Übergang zur Viertageswoche vorgesehen. Dieses Modell soll ab Januar 2016 getestet werden. Vor allem Außeneinsätze werden schon jetzt durch digitale Kommunikation weitgehend reduziert, Kunden außerhalb der Region meist nur einmal pro Jahr persönlich aufgesucht. Deshalb soll vor allem eine weitere Verdichtung der Organisationsprozesse die Voraussetzungen schaffen, diese Arbeitszeitreduktion zu meistern. Dazu müssen diese Prozesse einer kritischen Überprüfung unterzogen werden, um ggf. Handhabungen an Software auslagern zu können, wie zum Beispiel im Rahmen der vorbereitenden Buchhaltung bei der Kontierung nach der Belegerfassung.

### *C2.2 ERHÖHUNG DES ANTEILS DER TEILZEIT-ARBEITSMODELLE UND EINSATZ VON ZEITARBEIT (BEI ADÄQUATER BEZAHLUNG)*

Gegenüber einem Teilzeitmodell wird der Arbeitszeitverlagerung auf vier Tage bei allmählicher Reduktion der Wochenstundenzahl, aber weiterhin als Vollzeit ausgeübten Tätigkeit der Vorzug gegeben. Möglichkeiten zur Erweiterung des Personalbestandes werden derzeit nicht gesehen.

### *C2.3 BEWUSSTER UMGANG MIT (LEBENS-) ARBEITSZEIT*

Die angestrebte Reduzierung soll der Einstieg in eine Phase des Übergangs zur Aufgabe der Erwerbsarbeit im Rentenalter sein. Dieser Übergang soll nicht abrupt erfolgen, sondern in einem allmählichen Prozess. Es besteht die Erwartungshaltung, dass auf diese Weise die Verschiebung der Gewichte sinnstiftender Beschäftigungen weg von den Inhalten der Erwerbsarbeit hin zur Freizeitbeschäftigung besser gelingen kann. Insbesondere für familiäre Obliegenheiten und gesellschaftliches Engagement wird ein größerer Zeitfonds gewünscht.

## C3 FORDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITER/INNEN

### C3.1 ERNÄHRUNG WÄHREND DER ARBEITSZEIT

Trotz guter Voraussetzungen durch die betriebliche Infrastruktur wird einer gesunden Ernährung (zu) wenig Bedeutung beigemessen. Entsprechende gastronomische Angebote am Standort werden nur sporadisch genutzt.

Eine vegane Ernährung wird eher als wenig gesundheitsförderlich angesehen. Bio-produkte genießen dagegen eine wachsende Anerkennung, ohne dass sich dies bereits im Einkaufsverhalten des Unternehmens widerspiegelt. Angestoßen durch die Peer-Group wird darüber nachgedacht, bei ausreichender Ertragslage des Unternehmens die Aufnahme solcher Produkte in die Büroversorgung bewusst anzustreben. Infrage kämen hier vor allem fair gehandelter Kaffee, Bio-Milch und dergleichen. Die Verwendung sogenannter geretteter Lebensmittel ist dagegen schon immer Standard.

### C3.2 MOBILITÄT ZUM ARBEITSPLATZ

Wie die nachstehende Tabelle zeigt, ist das wichtigste Transportmittel der auch privat genutzt PKW Hyundai i30 blue (1.400 cm<sup>3</sup>, 135g/km CO<sub>2</sub>-Emission). Zur Unterstützung einer gesunden Lebensweise wird angestrebt und bislang auch erreicht, im Jahresdurchschnitt wenigstens einmal pro Woche den Arbeitsweg per Fahrrad zurückzulegen. Ist die Anwesenheit in der Innenstadt Berlins erforderlich, wird überwiegend der ÖPNV genutzt. Fernreisen werden etwa hälftig per PKW oder Bahn/Fernbus unternommen, sind aber insgesamt seltener als einmal pro Monat notwendig. Angestrebt wird, persönliche Mobilität durch (digitale) Kommunikation zu ersetzen, weil das als der effizientere Einsatz der Personalressource angesehen wird. Ausgenommen davon ist der Arbeitsweg ins Büro, der zur besseren Trennung der beruflichen von der familiären Welt als sinnvoll erachtet wird. Perspektivisch sollen die Arbeitsprozesse so weiterentwickelt werden, dass eine erhöhte Unabhängigkeit vom konkreten Arbeitsort erreicht wird. Dies soll verbesserte Auswahlmöglichkeiten hinsichtlich einer zukünftigen Gestaltung der Arbeitsumwelt und der Mobilität vorbereiten.

	<b>Gesamt KM für das Unternehmen</b>	<b>Durchschnittlich pro Woche</b>
Flugreisen	0	0
Auto/ PKW einzeln	15.000 (inklusive Privatfahrten)	288 (inklusive Privatfahrten)
Car-Sharing	0	0
ÖPNV	780	15
Fahrrad/ Fuß	1.560	30

TABELLE 5 MOBILITÄT



### *C3.3 ORGANISATIONSKULTUR, SENSIBILISIERUNG UND UNTERNEHMENSINTERNE PROZESSE*

Die Digitalisierung der Arbeitsprozesse ist gegenwärtig und auch in naher Zukunft der Hauptweg, den ökologischen „Fußabdruck“ des Unternehmens zu verringern. Soweit Investitionen in neue Technik erfolgen (Mini-PC, Notebook), bedeutet es durch die geringere Leistungsaufnahme gegenüber der auszuwandernden Technik eine Einsparung von Elektroenergie.

Ein Kooperationspartner, der die Unternehmensinfrastruktur mit nutzt, ist in die gehandhabte Mülltrennung einbezogen. Das Aufbrauchen von Papier-Altbeständen für interne Ausdrücke und Entwürfe ist geübte Praxis. Ausgesonderte Elektronik wird über den Recyclinghof kostenlos entsorgt, die Festplatten aus Datenschutzgründen bei einem gemeinnützigen Unternehmen. Diese Ansätze eines ökologisch bewussteren Verhaltens müssen verstetigt und ausgebaut werden.

## D1 ETHISCHES VERKAUFEN

### *D1.1 GESAMTHEIT DER MAßNAHMEN FÜR EINE ETHISCHE KUNDENBEZIEHUNG (ETHISCHES MARKETING + VERKAUF)*

Die angebotenen Dienstleistungen werden nicht offensiv vermarktet. Daher gibt es auch kein Marketingbudget. Die Webpräsenz, eine einfache Web-Visitenkarte, gelegentliche Veranstaltungen<sup>8</sup>, und die Mitwirkung in Vereinen und Netzwerken werden als Öffentlichkeitsarbeit gesehen. Die eigentliche Akquisition erfolgt ausschließlich über Empfehlungen (Neukunden) oder Nachfolgeprojekte (Bestandskunden). So werden von vorn herein Geschäftsbeziehungen auf Augenhöhe gestaltet. Gegenseitiges Vertrauen und Verlässlichkeit sind dabei tragende Aspekte.

Dies beweist sich bereits in der Phase der Erstellung von Innovationsprojekten, wo inhaltliche Erfahrungen der Innovatoren und Anforderungen an die jeweils auch richtlinienkonforme Projektgestaltung in einem Design zusammenfließen, was sich bei der Begutachtung durch die Projektträger beweisen muss. Auch im Zuge der Durchführung und Abrechnung sowie bei Vorbereitungsarbeiten zur Vermarktung der Projektergebnisse hat sich diese Vorgehensweise bewährt. Kurze Informationswege und schnelle Entscheidungen erhalten dabei die nötige Flexibilität hinsichtlich im Projektverlauf nötiger Anpassungen an veränderte innere und äußere Rahmenbedingungen. Verbesserungspotenzial besteht hinsichtlich einer Vertiefung der gegenseitigen Kenntnis vom Gesamtunternehmen, insbesondere in den Kontakten mit der Leistungsebene und maßgeblichen Projektbeteiligten.

### *D1.2 PRODUKTTRANSPARENZ, FAIRER PREIS UND ETHISCHE AUSWAHL DER KUNDINNEN*

Alle Entwicklungs- und Beratungsprojekte werden den zuständigen Projektträgern, die im Auftrage von Bundes- oder Landesministerien tätig sind, zur Begutachtung vorgestellt. Eine externe Evaluation nach fachlichen und betriebswirtschaftlichen Kriterien ist so sichergestellt.

Die Kernleistungen der GefAA gegenüber den Kunden werden Teil einer Gemeinschaftsleistung, die zwar arbeitsteilig, aber doch gemeinsam erbracht wird. Alle dafür erforderlichen Daten liegen den Beteiligten wechselseitig offen<sup>9</sup>.

Das Erfolgshonorar wird vorab vereinbart. Im Rahmen des so entstehenden Budgets erfolgt die Abrechnung nach Tagessätzen in der Regel quartalsweise. Abweichend davon wird die Mitwirkung in den über die GbR vertriebenen Consultingprojekten dieser erst nach erfolgreichem Abschluss in Rechnung gestellt.

Eine ausdrückliche Bewertung der Kunden nach ethischen Kriterien erfolgt bislang nicht. Die unterstützten Projekte<sup>10</sup> dürfen aber als durchweg ethisch gerechtfertigt angesehen werden.

---

<sup>8</sup> Diese Veranstaltungen sind für die Teilnehmer kostenlos. So ist z.B. der Tag der offenen Tür für jedermann öffentlich zugänglich, aber in der Praxis nur Wenigen bekannt, so dass sich die Kostenbelastung in Grenzen hält. In unregelmäßigen Abständen werden für Berührungsgruppen Besichtigungen interessanter Gebäude durchgeführt.

<sup>9</sup> Explizit ausgenommen hiervon ist das geistige Eigentum (IP – engl. für Intellectual Property) der Innovatoren.

<sup>10</sup> Als Beispiele dürfen hier genannt werden:

- Rechtssicheres Informationssystem auf Grundlage dreidimensionaler, digital hochaufgelöster Geodaten
- Automatisierung von Aufmaß und Mengenermittlung bei der Lärmsanierung
- Elektronisch gesteuerte und miniaturisierten Molekularfilteranlage zur Reinstwassererzeugung in PKW

### *D1.3 UMFANG DER KUNDINNEN-MITBESTIMMUNG/ GEMEINSAME PRODUKTENTWICKLUNG / MARKTFORSCHUNG*

Die den begleiteten Projekten zugrundeliegenden Entwicklungsideen gehen grundsätzlich vom Kunden aus. Erst im Zuge der Überlegungen zur Ausfinanzierung der Innovationsarbeiten stellt sich die Frage nach einer möglichen Inanspruchnahme öffentlicher Fördermittel. Stammkunden wissen aus Erfahrung, dass es sinnvoll ist, die GefAA schon zu einem frühen Zeitpunkt in der Designphase solcher Projekte hinzuzuziehen. Plausibilitätsprüfungen erfolgen in Abstimmungsrunden vor dem Hintergrund der beidseits vorliegenden Erfahrungen. Die letzte Entscheidung liegt wiederum beim Kunden. Im Außenverhältnis bleiben die Projekte zu Einhundert Prozent in dessen Entscheidungsbefugnis und Verantwortung. Die GefAA ist hier „nur“ Erfüllungsgehilfe und auch am Vermarktungserfolg nicht beteiligt. Gleichwohl werden die Projekte im Innenverhältnis als Gemeinschaftswerk aller Beteiligten angegangen.

### *D1.4 SERVICE-MANAGEMENT*

Ein über die Kerndienstleistungen hinausgehendes Servicekonzept existiert nicht. Um die erforderliche und gewohnte Servicequalität, quasi das einzige Kundenbindungsinstrument, zu halten, ist es notwendig, die Zahl der parallel betreuten Projekte zu begrenzen. Durch die zurückhaltende Akquisition wird dies bislang sichergestellt.

Periodisch wiederkehrende Aufgaben werden so vorbereitet, dass im Zeitpunkt der Leistungsbereitstellung eine hohe Reaktionsfähigkeit auf die erwarteten Kundenanforderungen gegeben ist. Dies ist weitgehend planbar. Selbst auf außerplanmäßige Kundenanforderungen im Projektverlauf kann in der Regel tagesaktuell reagiert werden. Dieser hohe Standard wird durchaus geschätzt.

Verbesserungspotenzial wird in einer Standortflexibilisierung gesehen. Theoretisch könnte die Dienstleistung von jedem beliebigen Ort aus erbracht werden, ist bislang aber überwiegend an das (Equipment im) Büro am Firmenstandort gebunden. Mobile Rechentechnik und Internet bieten Ansatzpunkte für eine Erschließung dieses Potenzials.

## **D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN**

### *D2.1 OFFENLEGUNG VON INFORMATIONEN + WEITERGABE VON TECHNOLOGIE*

Über Mitunternehmen, die gewöhnlich als Wettbewerber bezeichnet werden, ist wenig bekannt. Einzig zur *Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie GmbH*, einem Landesunternehmen von Berlin, bestehen engere Kontakte. Deren Leistungsspektrum ist allerdings bedeutend breiter, doch gibt es auch Schnittmengen.<sup>11</sup> Regelmäßig werden Veranstaltungen dieses Landesbetriebes besucht und es wird ein offener Meinungs- und Erfahrungsaustausch geführt. Das Angebot dazu kommt hier i.d.R. vom Mitunternehmen, zu dessen Geschäftsauftrag eben jene Herangehensweise gehört.

---

<sup>11</sup> Zum Service der Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie GmbH gehört die Innovationsförderung, darunter auch die Begleitung bei der Antragstellung in verschiedenen Förderprogrammen.

## *D2.2 WEITERGABE VON ARBEITSKRÄFTEN, AUFTRÄGEN UND FINANZMITTELN; KOOPERATIVE MARKTTEILNAHME*

Sporadisch wurden wechselseitig schon Kundenanfragen weitergereicht. Im SIGNO-Programm (Schutz von Ideen für die gewerbliche Nutzung, also Patent- und Markenschutz) kam es gelegentlich zur direkten Zusammenarbeit.

## *D2.3 KOOPERATIVES MARKETING*

Es wird ausschließlich Empfehlungsmarketing betrieben, meist über ehemalige oder Stammkunden. Andere Marketingmaßnahmen, gar auf ein größeres Publikum bezogen, sind bei der Spezifik des Leistungsangebots nicht zielführend. Wichtigstes Argument in der Neuakquisition sind die bestehenden Referenzen. Möglichkeiten und Grenzen des eigenen Angebots werden frühzeitig kommuniziert und so dessen Passfähigkeit zu den Kundenwünschen ermittelt. Eine Gegenüberstellung mit potenziellen Mitunternehmern erfolgt nicht.

## **D3 PRODUKTE / DIENSTLEISTUNGEN - ÖKOLOGISCHE GESTALTUNG**

### *D3.1 PRODUKTE/ DIENSTLEISTUNGEN SIND IM ÖKOLOGISCHEN VERGLEICH ZU P/DL VON MITBEWERBER/INNEN BZW. ALTERNATIVEN VON GLEICHEM NUTZEN*

Angestrebt wird ein sparsamer Gebrauch von Ressourcen. Die deshalb oft recht langen Nutzungsdauern von Ausrüstungsgegenständen konterkarieren dieses Anliegen zum Teil, weil neuere Technik günstigere Verbrauchswerte aufweisen kann. Der Weg zum fast papierlosen Büro ist noch lang, soll aber weiterverfolgt werden. Einzelmaßnahmen dafür sind:

- Keine Verwendung von Flyern und dergleichen.
- Die von Projektträgern und anderen (*Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie GmbH*) zur Verfügung gestellten Informationen weiteren Interessenten digital verfügbar machen.
- Projektkommunikation fast ausschließlich digital.
- Verschlankung der (Papier-)Projektordner.

Der erreichte Stand erlaubt nunmehr weitergehende Überlegungen in Richtung einer Minimierung der Datenhaltung. Im Zuge von Datenabgleichen entstehende Mehrfachablagen bei den Projektpartnern sollten hinterfragt werden. Die Erfahrungen zeigen, dass nur ein Teil dieser Daten von der GefAA tatsächlich verarbeitet wird. In Zukunft soll darauf hingewirkt werden, nicht notwendige Datenbestände zu identifizieren und aus dem Datenaustausch herauszuhalten. Dies erfordert eine Einzelfallabstimmung, da hier die Interessenlagen der Kunden unterschiedlich sind.

### *D3.2 SUFFIZIENZ (GENÜGSAMKEIT): AKTIVE GESTALTUNG FÜR EINE ÖKOLOGISCHE NUTZUNG UND SUFFIZIENTEN KONSUM*

Die Kernleistungen des Unternehmens zielen auf die Unterstützung von Innovationen, die ihrerseits zu effizienterer Nutzung von personellen und/oder materiellen Ressourcen führen.<sup>12</sup> Im Falle der Materialeffizienzberatungen ist diese Zielstellung sogar Kern der eigenen Dienstleistung.

---

<sup>12</sup> Beispiele dafür sind: Motorenprüfstand zur Entwicklung sparsamerer und abgasärmerer Motoren, Erschließen von Kondenswasser als Quelle für Trink- und Brauchwasser, Automatisierung von Vermessungsvorgängen zur Fehlerminimierung, Erhöhung der Rechtssicherheit der Dokumentationen und Verkürzung der Bearbeitungszeiten

Die verkauften Dienstleistungen selbst haben nur geringfügige ökologische Auswirkungen, da hier schon eine weitgehende Digitalisierung erfolgt. Dies ist allerdings von Kunde zu Kunde etwas unterschiedlich. Beispielsweise bestehen die meisten noch auf einer postalischen Rechnungsübermittlung, wogegen alle Projektinformationen elektronisch ausgetauscht werden. Durch eine Vertiefung der Digitalisierung und Reorganisation von Prozessabläufen kann der Ressourcenverbrauch der eigenen Tätigkeit weiter gesenkt werden.

### *D3.3 KOMMUNIKATION: AKTIVE KOMMUNIKATION ÖKOLOGISCHER ASPEKTE DEN KUNDINNEN GEGENÜBER*

Die Hauptargumentationslinie gegenüber Kunden (und anderen Berührungsgruppen) bei der Ablösung von papiergebundener durch elektronische Kommunikation ist der Effizienzgewinn. Schnelle Projekt-Kommunikation führt zu weniger Unterbrechungen im Arbeitsablauf usw. Der ökologische Nutzen fällt nur nebenbei an und wird nicht in den Mittelpunkt gestellt.

Langfristige Beziehungen erlauben eine Reduktion der Arbeitstreffen und vermeiden so natürlich Reiseaufwand und die damit unabdingbar verbundenen ökologischen Negativwirkungen. Doch steht auch hier der Zeitgewinn im Vordergrund.

Für die Projekte selbst kann die Ökologie dagegen durchaus schergewichtig sein, wie zum Beispiel bei der Filterentwicklung zur Mehrfachnutzung von Schmutz- oder Brauchwasser bei höchster Wasserqualität für den Anwender.

Soweit gegeben, muss das eigene ökologisch verantwortungsbewusste Handeln selbst bewusster gemacht und dann auch aktiver kommuniziert werden, wie umgekehrt Denkanstöße von Kunden und anderen Berührungsgruppe aufgenommen werden sollen.

## **D4 PRODUKTE / DIENSTLEISTUNGEN - SOZIALE GESTALTUNG**

### *D4.1 ERLEICHTERTER ZUGANG ZU INFORMATIONEN/ PRODUKTEN/ DIENSTLEISTUNGEN FÜR BENACHTEILIGTE KUNDINNEN-GRUPPEN*

Das öffentliche Angebot von KMU- Förderungen der EU, des Bundes und der Länder wird mit den strukturellen Nachteilen begründet, die diese Unternehmen am Markt haben. In diesem Sinne richtet sich das Dienstleistungsangebot der GefAA ausschließlich an eine benachteiligte Gruppe. Bei weiterer Differenzierung sind solche KMU benachteiligt, die trotz dieses Status aus formalen Gründen nicht förderfähig sind, etwa wegen Branchenausschlüssen oder Mindestgrößen.

Am Beginn einer Geschäftsbeziehung steht immer das ausführliche Gespräch, so dass die Situation des potenziellen Kunden erfasst werden kann. Eine Rolle spielt hier, ob richtlinienkonforme Bedingungen bestehen und ggf., wie diese Konformität erreicht werden kann. So unterstützt die Förderrichtlinie im Zentralen Innovationsprogramm Mittelstand (ZIM) besonders den Kooperationsgedanken. Kooperationen eröffnen Gestaltungsspielräume, auch solche benachteiligten KMU einzubeziehen.

Erfahrungsgemäß ist der Weg für Innovatoren aus dieser Gruppe bis zu einem positiven Förderbescheid langwieriger und komplizierter. Entsprechend aufwendiger ist der Arbeitsaufwand für die GefAA in diesen Fällen. Auch das Projektvolumen und damit das verfügbar zu machende Budget können geringer ausfallen. Ein Aufpreis wird dafür nicht genommen.

#### *D4.2 FÖRDERUNGSWÜRDIGE STRUKTUREN WERDEN DURCH VERTRIEBSPOLITIK UNTERSTÜTZT*

Das Preismodell der GefAA unterstützt die Liquidität der Kunden und berücksichtigt somit die diesbezüglich häufig komplizierte Lage von KMU. Beratungsleistungen, die nicht zu einem erfolgreichen Antrag führen, werden nicht in Rechnung gestellt, so dass der Zugang zu Informationen in der Entscheidungsfindung für alle gleichermaßen bereitgestellt wird. Dies gehört zum Geschäftsmodell der GefAA.

### **D5 ERHÖHUNG DER SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS**

#### *D5.1 KOOPERATION MIT MITBEWERBERINNEN UND PARTNERN DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE*

Ein Zusammenwirken mit direkten Mitbewerbern (vgl. D2.1) im Sinne dieser Zielstellung erfolgt kaum. Mit Partnern aus der eigenen Wertschöpfungskette wird zumindest ein sozial ausgewogener Kontakt gepflegt und gelebt. Ob dieses tätige Umsetzen ein Beitrag zur Erhöhung der Standards ist, steht dahin. Lediglich die Ermunterung von Kunden, Innovationsprojekte nicht allein, sondern doch besser in Kooperation durchzuführen, führte nachweisbar zu Erfolgen. Sieht man den Mitbewerber-Begriff breiter, fasst darunter Kleinunternehmen ganz allgemein, so ist die Mitwirkung im Verein OWUS zu nennen, in dem die Kooperation unter der Vereinsdevise „aus wirtschaftlicher Vernunft und sozialer Verantwortung“ gesucht wird (siehe auch D5.2). Ebenso die Mitwirkung im gemeinnützigen Verein MITI, der u.a. das Ziel verfolgt, die „*innovative Kompetenz in der Region Ostbrandenburg...*“ zu stärken.

#### *D5.2 AKTIVER BEITRAG ZUR ERHÖHUNG LEGISLATIVER STANDARDS*

Eine Verbesserung sozialer und ökologischer Standards kann nur im Zusammenwirken Vieler erreicht werden. In diesem Sinne ist das Engagement in den genannten Vereinen zu verstehen, in denen das Unternehmen Mitglied ist. Vor allem über den Verein OWUS wurde und wird zum Beispiel zu verschiedenen sozialen Fragen eine Außenwirkung erreicht, die weit über das Maß hinausgeht, das ein normales Einpersonnenunternehmen erreichen könnte. Begleitet wurden neben anderem<sup>13</sup> zum Beispiel Initiativen zur Verbesserung der sozialen Absicherung, insbesondere der kleinen Unternehmer und Solo-Selbständigen (Einpersonnenunternehmen).

#### *D5.3 REICHWEITE, INHALTLICHE BREITE UND TIEFE*

Insoweit die Innovationsprojekte in ihrer Konsequenz zu höherwertigen Alternativen führen, die soziale und ökologische Aspekte für deren Anwender positiv verändern, ist die Erhöhung von Branchenstandards inhärenter Bestandteil der gesamten Geschäftstätigkeit. Der eigene Beitrag der GefAA an diesem Effekt ist allerdings verschwindend gering. Für die eigene Branche (Projektcontrolling und Consulting) lässt sich bislang keinerlei Reichweite feststellen.

Über die Vereinsarbeit wird dagegen ein, wenn auch kleines, Maß an Öffentlichkeit erreicht. Dieser Weg soll fortgesetzt werden und dem dient auch der Einsatz für die GWÖ.

---

<sup>13</sup> OWUS bezog Position in der Mindestlohndebatte, übersandte allen Bundestagsparteien Wahlprüfsteine und beteiligt sich aktuell an der Diskussion über Mindesthonorare.

## **E1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE / DIENSTLEISTUNGEN**

### *E1.1 PRODUKTE/ DIENSTLEISTUNGEN DECKEN DEN GRUNDBEDARF ODER DIESEN DER ENTWICKLUNG DER MENSCHEN/ DER GEMEINSCHAFT/ DER ERDE UND GENERIEREN POSITIVEN NUTZEN*

Unmittelbare Grundlebensbedürfnisse werden durch das Projektmanagement für Innovationsprojekte und die Beratungsleistungen nicht adressiert. Bei den Kunden handelt es sich um innovative Unternehmen. Diese folgen allerdings nicht einfach nur wirtschaftlichen Zwängen, wenn sie neue bzw. verbesserte Produkte, Technologien oder Dienstleistungen entwickeln, sondern schaffen den Beschäftigten auch die Möglichkeit, sich in ihrem Berufsfeld auf besondere Weise zu entfalten. Neben dem wirtschaftlichen Antrieb dieser Unternehmen spielt daher hier seitens der Beteiligten das Grundbedürfnis auf Selbstverwirklichung hinein, bei dessen Umsetzung sie durch die Leistungen der GefAA Unterstützung erfahren. Zugleich wird die staatliche Lenkungswirkung, die mit der Bereitstellung von Fördermitteln erzielt werden soll, besser erreicht, weil die dafür nötigen Prozesse reibungsloser und schneller verlaufen. Ein Risiko besteht dabei in der potenziellen Möglichkeit von sogenannten Mitnahmeeffekten.

### *E1.2 ÖKOLOGISCHER UND SOZIALER VERGLEICH DER PRODUKTE/ DIENSTLEISTUNGEN MIT ALTERNATIVEN VON ÄHNLICHEM ENDNUTZEN*

Alternativen für den Kunden wären, die Leistung selbst zu erbringen, sie woanders zu kaufen oder auf Förderung zu verzichten und den Teilbetrag zur Entwicklung der Innovation anders zu finanzieren. Um im Wettbewerb mit diesen Alternativen bestehen zu können, ist es wichtig, einerseits genügend Abstand zu den Innovationsprozessen der Kunden zu wahren, um einen Außenblick in die Projekte einzubringen, andererseits die Unternehmenskultur soweit zu kennen, dass in der Zusammenarbeit darauf eingegangen werden kann, um auch informelle Prozesse effizient zu bewältigen. Dies wird durch die Langfristigkeit der Geschäftsbeziehungen begünstigt. In dieser Kombination kann für alle Beteiligten ein Zusatznutzen entstehen, der eine Effizienz- und eine soziale Komponente hat. Ein direkter ökologischer Nutzen ist nicht nachweisbar, wenn davon abgesehen wird, dass sich in langfristigen, vertrauensvollen Geschäftsbeziehungen Reisetätigkeit eingrenzen lässt.

## **E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN**

### *E2.1 LEISTUNGEN*

Das gesellschaftliche Engagement des Unternehmens erfolgt, wie schon beschrieben, wesentlich über die Mitwirkung in vier verschiedenen, teilweise gemeinnützigen Vereinen, wird aber hauptsächlich außerhalb der Kernarbeitszeit ausgeübt. Die Vereinsbeiträge gehen mit über 3% in die Kosten ein. Dank der in den letzten Monaten verbesserten Geschäftslage sank die Relation zum Umsatz von knapp 3,9% 2014 auf unter 2,5% 2015. Als Anteil an der nominellen Jahresarbeitszeit errechnen sich 2,3%<sup>14</sup> unter der Annahme, dass wöchentlich eine Stunde für die Vereinstätigkeiten aufgewendet wird, was als Jahresmittelwert realistisch erscheint.

---

<sup>14</sup> Berechnung: 173,33 normierte Monatsarbeitsstunden, wovon 4h auf die Vereinsarbeit entfallen.)

## *E2.2 WIRKUNGEN*

Diese Mitwirkung ermöglicht einen eigenen Beitrag zur öffentlichen Meinungsbildung ebenso, wie ein Messen am Erfahrungshintergrund anderer Beteiligter und stellt in dieser Wechselwirkung eine wesentliche Komponente der sozialen Einbindung des Unternehmens in die Gesellschaft dar. Damit wird zugleich negativen Auswirkungen einer in der Gesellschaft zunehmenden Individualisierung entgegengewirkt, die sehr spezifisch gerade auch Einpersonenunternehmen betreffen kann und ist damit schon an sich wertvoll für alle Beteiligten.

In unterschiedlicher Häufigkeit schaffen es die Vereine mit ihren Verlautbarungen in die breitere Öffentlichkeit. Auf Bundesebene am ehesten der BVMW. Gerade hier beschränkt sich die Mitwirkung aber auf die Beteiligung an Meinungsumfragen, Lieferung statistischen Materials und gelegentlicher Teilnahme an Veranstaltungen. Das stärkere Engagement in den anderen drei Zusammenschlüssen ist weniger medienwirksam und die Reichweite sehr unterschiedlich. Der lokal verankerte Verein TKA erreicht Wirkung gegenüber der Betreibergesellschaft des Wissenschafts-, Wirtschafts- und Medienstandortes Adlershof, der WISTA-MANAGEMENT GMBH, der regional und über seinen Dachverband auch bundesweit agierenden OWUS gegenüber der diesem nahestehenden Partei DIE LINKE, aber auch weit darüber hinaus.

## *E2.3 INTENSITÄT*

Auch die Vereinsarbeit ist langfristig angelegt. Die Teilnahme an den Vereinsaktivitäten erfolgt seit Jahren regelmäßig. Insbesondere in den drei kleineren Vereinen findet der jeweilige Vorstand im Mitgliedsunternehmen GefAA häufig eine Stütze bei der Umsetzung der Vereinsziele. Über den Status eines aktiven Mitglieds geht das Engagement jedoch nicht hinaus. Insbesondere wird keine Vorstandsarbeit geleistet. Das quantitative Maß an Vereinsarbeit soll nicht ausgeweitet werden, weshalb Offerten zum Eintritt in weitere derartige Organisationen abgelehnt wurden. Insbesondere im am stärksten politisierten Verein OWUS soll der Gemeinwohlgedanke vertieft werden. Durch die eigene GWÖ-Bilanzierung erhalten die Vorreiter Verstärkung, was diese Handlungsoption unterstützt.

## **E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN**

### *E3.1 ABSOLUTE AUSWIRKUNGEN*

Es besteht keine Erfassung von Umweltdaten und existiert daher auch kein Detailwissen zu ökologischen Auswirkungen. Doch darf angenommen werden, dass diese vergleichbar sein dürften mit denen eines durchschnittlichen Einpersonenhaushaltes, soweit es die Aufrechterhaltung des Geschäftsbetriebes als solchen betrifft. Die erreichte Ressourceneinsparung (s.o.) dürfte diesen Wert weiter gedrückt haben.

### *E3.2 RELATIVE AUSWIRKUNGEN*

Die Reduzierung der persönlichen Treffen auf das absolut projektnotwendige Minimum hält Reisetätigkeit und damit verbundene ökologischen Auswirkungen relativ klein. Das Jahr 2015 brachte mit der Reduzierung der Bürofläche<sup>15</sup> und der begonnenen EDV-Modernisierung, die neben einer nötig gewordenen Leistungssteigerung

---

<sup>15</sup> Reduzierung von Flächenverbrauch, verbunden mit verringertem Strom- und Heizungsbedarf.



eine bedeutende Miniaturisierung<sup>16</sup> ermöglichte, einen einschneidenden Fortschritt auch mit Blick auf die Steigerung der Ressourceneffizienz. Die Verkleinerung der angemieteten Bürofläche war aber vor allem dem Kostendruck geschuldet.

Der Papierverbrauch wurde und wird sukzessive weiter reduziert und weitestgehend aus Restbeständen des Vorunternehmens bestritten. Im Ergebnis des GWÖ- Prozesses soll nach Aufbrauchen dieser Reserven auf einen ökologisch verträglichen Einkauf von Druckerpapier geachtet werden. Bei Ausdrucken ist die Standardeinstellung des Druckers doppelseitig und Monochrom. Fehldrucke werden weitgehend vermieden durch vorherigen Druck in PDF. Diese Handhabungen werden auch vom den Drucker kostenfrei mitbenutzenden Nachbarunternehmen angewendet.

Als Internet-Suchmaschine am Hauptarbeitsplatz wird standardmäßig die Website *www.ecosia.org* genutzt, „eine ökologisch inspirierte Webseite zur Websuche... Die Ecosia GmbH mit Sitz in Berlin hat zehn Mitarbeiter... und bezeichnet sich selbst als Social Business.“<sup>17</sup> Diese Einstellung wird auf alle eingesetzten Browser übertragen.

### *E3.3 MANAGEMENT UND STRATEGIE*

Die ökologischen Auswirkungen werden nur in Einzelaspekten beachtet und nicht systematisch. Einige nachhaltige Maßnahmen werden dennoch angewendet und Verbesserungspotenzial erschlossen. Obwohl der Elektroenergieverbrauch nicht gemessen und abgerechnet wird, wurde und wird er im Zuge der Modernisierung der EDV gesenkt. So trägt das zuletzt beschaffte Notebook zumindest das Label Energy Star, was allerdings keine geprüfte Qualität ausweist.

Sollte es gelingen, die Überlegungen zur Arbeitszeitverkürzung umzusetzen, würden einige Fahrten zum Firmenstandort entfallen und könnte der Anteil der PKW-Fahrten verringert werden. Doch sind die konzeptionellen Vorbereitungen dazu noch in einem frühen Stadium.

## **E5 GESELLSCHAFTLICHE TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG**

### *E5.1 TRANSPARENZ*

Im Projektgeschehen herrscht eine nahezu vollständige Transparenz. Doch diese erreicht nur die an der Wertschöpfungskette unmittelbar Beteiligten. Darüber hinaus wird eine weitgehende Transparenz gegenüber den Alumnis angestrebt, die am Standort Zugang zu allen Firmendaten erhalten können. Dies wird jedoch in der Praxis wenig genutzt. Vielmehr dienen die Alumni- Veranstaltungen und zweiseitige Treffen zur Information über den Stand der Unternehmensentwicklung im Allgemeinen.

Über den Kreis der Alumnis hinaus gibt es keine Transparenz jenseits der gesetzlichen Vorschriften. Mit der Veröffentlichung des evaluierten GWÖ- Berichts soll die gesellschaftliche Transparenz verbessert werden.

---

<sup>16</sup> Soweit noch möglich, wurden PC auf moderne Betriebssysteme angepasst und der Hauptarbeitsplatz mit einem Mini-PC ausgestattet. Der Umbau der EDV-Ausrüstung ermöglichte die Abschaltung zweier Server und Aussonderung mehrerer älterer Rechner. Dadurch wurden bisherige Standflächen frei und die elektrische Leistungsaufnahme weiter begrenzt.

<sup>17</sup> Gefunden unter: <https://www.ecosia.org/search?q=ecosia+wikipedia> am 10.11.2015; Die Ecosia GmbH hat eine so genannte B Corp certification. Dies ist ein privates, nicht öffentlich kontrolliertes Siegel und daher eher als schwach anzusehen.

## *E5.2 MITBESTIMMUNG*

Eine effektive Mitbestimmung über die konkrete Gestaltung der Unternehmenstätigkeit seitens Externer besteht ebenfalls nur im Projektgeschehen, da dieses gemeinsam mit den Kunden entworfen und durchgeführt wird. Anregungen zur strategischen Fortentwicklung kommen aus dem Alumni- Umfeld<sup>18</sup> und vom Ehepartner des GF<sup>19</sup>. Die letztendliche Entscheidung obliegt aber in jedem Falle dem Gesellschafter-Geschäftsführer des Einpersonnenunternehmens.

Sonstige Berührungsgruppen aus dem gesellschaftlichen Umfeld genießen keinerlei Mitbestimmungsrechte.

---

<sup>18</sup> Die Aufnahme von Materialeffizienzberatungen ging auf eine solche Anregung zurück.

<sup>19</sup> Das Ziel der sukzessiven Reduzierung der Wochenarbeitszeit wurde aufgestellt, nachdem sich die Gattin des GF dazu entschlossen hatte, selbst zur Viertagewoche ohne Lohnausgleich überzugehen.

## AUSBLICK

### *KURZFRISTIGE ZIELE*

Der vorliegende Bericht stellt weitgehend eine Widerspiegelung des IST- Standes dar, zeigt aber zugleich Reihe von Möglichkeiten auf, das Unternehmen deutlich gemeinwohlorientierter aufzustellen. Kurzfristiges Ziel ist es deshalb, ein Bündel von etwa einem Dutzend Maßnahmen herauszukristallisieren, mit deren Umsetzung dieser Weg in den beiden Folgejahren Schritt für Schritt weitergegangen werden soll.

Am (vorläufigen) Ende des diesem Bericht zugrundeliegenden Prozesses soll auch ein Hinweis zur Weiterentwicklung der GWÖ-Bilanzierung gegeben werden. Die Bilanz weist Punkte und Prozente aus. Sie gibt damit einigen Aufschluss, wo sich das Unternehmen, gemessen am Maßstab des Gemeinwohls, derzeit in etwa sehen darf. Ihre Erarbeitung schärft zugleich den Blick für Verbesserungspotenzial. Dies im Rahmen einer Peer-to-Peer- Group, einer Gruppe von sehr unterschiedlichen Personen und Organisationen durchführen zu können, war das eigentlich Herausfordernde und zugleich Erfüllende in diesem Prozess. Derzeit ist die Möglichkeit der GWÖ- Bilanzierung in solchem Rahmen als einmalige angelegt. Die Bilanzierung via Auditor wird als höherwertig angesehen. Ich empfehle, dies zu überdenken. Vorstellbar wäre zum Beispiel, die Moderation der Gruppe in die Hände von Personen mit der Qualifikation zur Auditierung zu legen.

### *LANGFRISTIGE ZIELE*

Das wichtigste Vorhaben mit langfristigem Charakter ist in der Doppelaufgabe zu sehen, das Unternehmen nach erfolgreich durchgestandener Sanierungsphase weiter zu stabilisieren und gleichzeitig eine allmähliche Reduzierung der Wochenarbeitszeit einzuleiten mit dem Ziel des Übergangs zur Viertageswoche. Dieses Modell soll bereits ab Januar 2016 getestet werden.

### *EU KONFORMITÄT:*

#### *OFFENLEGUNG VON NICHT-FINANZIELLEN INFORMATIONEN (EU COM 2013/207)*

Nach Umsetzung in nationales Recht der BRD werden gemäß dieser Richtlinie Unternehmen von öffentlichem Interesse mit mehr als 500 Mitarbeitern zur Offenlegung verschiedener nicht-finanzieller Indikatoren verpflichtet. Die GefAA ist als Kleinstkapitalgesellschaft nicht von dieser gesetzlichen Verpflichtung betroffen. Mit der Veröffentlichung des vorliegenden GWÖ-Berichts wird die GefAA jedoch freiwillig Anforderungen aus dieser Richtlinie gerecht und geht teilweise darüber hinaus.

# BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GE- MEINWOHL-BILANZ

## WER WAR BETEILIGT?

GWÖ-Bilanz und -Bericht wurden erstellt durch den Gesellschafter-Geschäftsführer des Unternehmens, Heinz Weißhuhn. Der Prozess erfolgte im Rahmen einer Peer-to-Peer- Group. Die dort involvierten Personen und Organisationen<sup>20</sup> waren:

David Griedelbach und z.T. Peter Eckert  
Peter Eckert & David Griedelbach GbR  
Quartiermeister -Korrekt Konsum

[<http://www.quartiermeister.org/>]



**QUARTIERMEISTER**  
BIER FÜR DEN KIEZ

Philipp Wodara, Mitarbeiter  
WirkWandel Impuls GmbH

[<https://wirkwandel.de/>]



Janine Wohlers,  
Vincent Steinl, Programmentwickler,  
BildungsCent e.V.

[<http://www.bildungscent.de>]



Franziska Keich, Referentin für Kommunikation und Mitgliederbetreuung  
Juliane Reiber, Referentin für Kooperation,  
UnternehmensGrün e.V.

Bundesverband der grünen Wirtschaft

[[www.unternehmensgruen.org](http://www.unternehmensgruen.org)]



Rolf Sukowski, Inhaber  
Unternehmensberatung & Training Dr. Sukowski  
Vorstandsvorsitzender OWUS Berlin-Brandenburg e.V.

<http://www.sukowski.de>

[http://www.owus.de/owus\\_berlin\\_brandenburg.html](http://www.owus.de/owus_berlin_brandenburg.html)



Berlin-Brandenburg e. V.

Uwe Zimmermann, Geschäftsführer  
Corona Bürotechnik GmbH

[<http://www.corona-buerotechnik.de/>]



erfrischender Service

Seitens der Stakeholder waren im Prozess der Erarbeitung punktuell beteiligt

Ehefrau Katrin Weißhuhn

<sup>20</sup> Die angeführten Logos wurden den jeweiligen Internetauftritten entnommen. Siehe Linkangaben.

*ÜBER WELCHEN ZEITRAUM WURDE BEIDES ERSTELLT UND WIE VIELE PERSONEN-ARBEITSSTUNDEN WURDEN DAFÜR AUFGEWENDET?*

Zwischen dem 19. Oktober und 21. November 2015 fanden im Rahmen des Peer-to-Peer-Prozesses sechs ganztägige Präsenzveranstaltungen statt. Die Erarbeitung von Gemeinwohl-Bericht und GWÖ-Bilanz beanspruchte innerhalb dieses Zeitraums und bis zur Fertigstellung danach etwa neun Arbeitstage.

Zusätzlich wurden Aktivitäten zur Verbreitung des GWÖ- Gedankens begleitet, darunter am 18. November im Rathaus Treptow im Rahmen des 12. Fachtags des Runden Tisches für Jugend, Soziales und Kultur in Treptow-Köpenick unter dem Motto „Ich bin dabei! Partizipation in Treptow-Köpenick“ im Workshop Nr. 5 „Gemeinwohlökonomie – eine Chance für zukünftige Entwicklungen im Bezirk?“ sowie am 24. November im Haus der Demokratie die Abschluss(presse)konferenz zum Modellprojekt „Nachhaltiges Wirtschaften unter besonderer Berücksichtigung des Gemeinwohlansatzes“.

Datum: 8 Dezember 2015

---