

## Gemeinwohlbericht AUROBIA GmbH & Co KG 2015/2016

### Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname: AUROBIA

Rechtsform: GmbH & Co KG

Eigentums- und Rechtsform:

Website: aurobia.com

Branche: Beratung

Firmensitz: 86919 Utting

Gesamtanzahl der Mitarbeitenden: 1

Vollzeitäquivalente: 1

Saison- oder Zeitarbeitende: 0

Umsatz: 2015: 49.500 Euro, 2016: 101.000 Euro

Jahresüberschuss: 2015: 27.012 Euro, 2016: 48.279 Euro

Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen: Dr. Michael Cölle GmbH –  
Komplementärin der GmbH & Co KG (ohne weitere Geschäftsaktivitäten)

Berichtszeitraum: 2015/2016

### Kurzpräsentation des Unternehmens

Die AUROBIA GmbH & Co KG wurde 2015 gegründet und entstand aus dem Wunsch beizutragen

- Business lebenswert zu machen
- Menschlichkeit, Werte und Wertschätzung als Grundlage für erfolgreiches Business zu implementieren
- Ganzheitliche Unternehmensführung zu stärken
- Ganzheitliche systemische Weiterentwicklung zu unterstützen

Dies tun wir bislang durch zwei Betätigungsfelder:

- Aktives Interim Management
- Unternehmensberatung

### Produkte / Dienstleistungen

Aktiver Beitrag in der Unternehmensführung durch Interim Management und Unternehmensberatung. In 2015 und 2016 waren 90% des Umsatzes eine Kombination von Beratung und Interim-Management mit direkter Führungsverantwortung im Kunden-Unternehmen.

## Das Unternehmen und Gemeinwohl

Begeisterter Besuch von Veranstaltungen zur Gemeinwohlökonomie. AUROBIA wurde offizielles Gründungsmitglied und Gründungsgesellschafter der ersten Bank für Gemeinwohl (in Österreich).

Wir sind starke Befürworter des Gemeinwohl-Ökonomie Gedankens – insbesondere der Unternehmen und Wirtschaft als Teil der Gesellschaft sieht, und das in einem wechselseitigen füreinander. Dass Unternehmen ebenso wie die Gesellschaft für die Menschen da sind (und nicht umgekehrt).

Kontaktpersonen bisher vor allem: Michael Vongerichten, Mitgestalter der GWÖ-Bewegung, Büroleitung Gemeinwohl-Ökonomie Bayern e.V., Gemeinwohl-Ökonomie Bayern e.V., c/o Impact Hub, Gotzinger Str. 8, 81371 München

Niels Wittke, nw-consulting, Nassauische Str. 30, 10717 Berlin (Auditor)

Kontaktperson im Unternehmen:

Dr. Michael Cölle, Schulstr. 22a, 86919 Utting

# Testat



<b>TESTAT: AUDIT</b>	<b>KOMPAKT</b>	Gemeinwohl-Bilanz	für:	Aurobia GmbH & CoKG
		2015-16	Auditor*in:	Nils Wittke

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

Testat gültig bis: 31.05.2020 **BILANZSUMME 141**

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. Nähere Informationen zur Matrix, den Indikatoren und dem Audit-System finden Sie auf [www.ecogood.org](http://www.ecogood.org)

# A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Tabelle unserer eingekauften Produkte/Dienstleistungen 2015

Bezeichnung	Betrag / - Euro	% von ges. EK (45.246)	Anmerkungen
Geschäftsausstattung	3740	8,27	G
Büroeinrichtung	4172	9,22	G
EDV-Hardware	4596	10,16	J
Miete	3453	7,63	
Werbekosten	1447	3,20	
Bewirtungskosten	339	0,75	
Reisekosten	21	0,05	I
Fahrtkosten	533	1,18	I
Reisekosten Verpfl	391	0,86	I
Reisekosten Übern	217	0,48	
Gründungskosten	11001	24,31	S
Porto	82	0,18	
Bürobedarf	1614	3,57	B
Fachliteratur	1068	2,36	P
Software Lizenzen	43	0,10	J
Fortbildungskosten	1386	3,06	P
Rechts-u Beratungskosten	1971	4,36	S
Betriebsbedarf	1172	2,59	G

Tabelle unserer eingekauften Produkte/Dienstleistungen 2016

Bezeichnung	Betrag / - Euro	% von ges. EK (34.068 Euro)	Anmerkungen
Geschäftsausstattung	0		G
Büroeinrichtung	1.624	5	G
EDV-Hardware	3.214	9	J
Miete	6.816	20	
Werbe- Reisekosten	5604	17	I
Sonst betriebl. Aufwendungen	2386	7	
Porto	131	0,4	
Bürobedarf	320	0,9	
Fachliteratur	170	0,5	P
Software Lizenzen	79	0,2	J
Fortbildungskosten	21.834	64,1	P systemischer Berater, systemisches Denken, ganzheitliche Organisationsentwicklung
Rechts-u Beratungskosten	790	2,3	S
Betriebesbedarf	683	2,0	G
Versicherungen	308	0,9	

Es ist uns von keinem gekauften Produkt bekannt, dass es unter unfairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurde.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Bereits beim Kauf auf Zertifikate oder freiwilliger Auskunft über Herstellungsbedingungen achten.

## A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Bei allem notwendigen Preisbewusstsein haben wir vorwiegend auf europäische Markenprodukte gesetzt, über die uns in der Presse keine negativen Informationen vorlagen. Grund: Setzen gleichzeitig auf die rechtstaatliche Überwachung von fairen Arbeitsbedingungen in diesen Unternehmen

Mit großer Skepsis betrachten wir die Entwicklung von Logistik-Riesen wie Amazon. Gleichzeitig ist es für ein kleines Unternehmen auf dem Land unrealistisch die Dinge jeweils direkt in einem Laden besorgen zu wollen. Weder wirtschaftlich, zeitlich, noch aus Umweltsicht ist es sinnvoll die weiten Strecken zum Fachhandel mit dem eigenen PKW zu bestreiten.

Wir haben allerdings für 2017 beschlossen vermehrt auf Direktversand von Geschäften zu setzen. Hierbei haben wir aber auch Umweltbedenken, da keine so effiziente Bündelung von Bestellungen möglich ist.

### **Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

Wenn irgend möglich wurden die lokalen Geschäfte im Ort bzw. Nachbarort verstärkt genutzt und verstärkt dort bestellt.

## A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Wir haben in dem Zeitraum den Anteil der Waren mit solchem Label nicht mitprotokolliert oder explizit beachtet. Gleichzeitig sind fast alle gekauften Produkte dem Bereich „Bürobedarf“ zuzuordnen. Hierzu waren und sind uns keine ausbeuterischen und unsozialen Missstände im Inland oder Drittländern bekannt.

Ein großer Anteil der eingekauften Dienstleistungen war Weiterbildung.

Für Umzugs-/Gründungskosten wurden regionale kleine Unternehmen beauftragt. Als Büroeinrichtung haben wir lokale deutsche Markenprodukte beim lokalen Anbieter erworben. Alle Einrichtungsgegenstände sind ausgelegt auf optimale Ergonomie und Gesundheit (höhenverstellbare Tische um auch stehend arbeiten zu können, bewegliche Stühle (Swopper), ...)

Fortbildungen fanden größtenteils in der Umgebung oder der benachbarten Schweiz statt. Ein Großteil (>40 %) wurde bei Unternehmen eingekauft die ihrerseits eine Gemeinwohlsbilanz erstellen. (Trigon)

Die größten Positionen sind Weiterbildung, Miete, Büroeinrichtung und EDV. Alle Weiterbildungen wurden an regional ansässigen Instituten/Organisationen gemacht. Ebenso alle Beratungsdienstleistungen. Miete ist lokal, EDV aus Asien und Büroeinrichtung zu 75% von deutschen Anbietern.

Daraus resultiert eine grobe Abschätzung von 70% der Ausgaben für KMUs und Partner aus Deutschland/Österreich.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Wir werden uns besser informieren ob auch im Bereich Bürobedarf solche Zertifikate geführt werden.

## A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant\*innen

Als kleines Unternehmen haben wir keine Marktmacht, die wir einsetzen könnten.

## A3 Ökologische Nachhaltigkeit In der Zulieferkette

Auch hier gilt die oben erwähnte Sorge um das Wachstum von Logistik-Riesen wie Amazon. Wir versuchen wenn immer möglich Bestellungen zu bündeln um die Anzahl an Sendungen zu minimieren.

Wir sehen auch den Versandhandel generell eher kritisch – ökologisch ist der Einkauf für uns auf dem Land per Versand oft sinnvoller als die Fahrt mit dem PKW in die 30 oder 50km entfernte (Groß-)Stadt.

Die größten Positionen sind Weiterbildung, Miete, Büroeinrichtung und EDV.

Alle Weiterbildungen wurden an regional ansässigen Instituten/Organisationen gemacht.

Ebenso alle Beratungsdienstleistungen. Miete ist lokal, EDV aus Asien und Büroeinrichtung zu 75% von deutschen Anbietern.

Daraus resultiert eine grobe Abschätzung von 70% der Ausgaben für KMUs und Partner aus Deutschland/Österreich.

Von keinem gekauften Produkt sind uns ökologisch problematische oder fragwürdige Komponenten bekannt. In keinem Fall haben wir eine ökologisch gleichwertige oder höherwertige Alternative gefunden.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Noch stärker auf ökologische Siegel und Zertifikate bei der Produktauswahl achten.

## A3 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Nach unserem besten Wissen und Gewissen sind keine Produkte/Dienstleistungen zugekauft worden, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen verbunden sind.

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

## A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Wir haben keinen direkten Dialog mit unseren Zulieferern. Dafür sind wir schlichtweg zu klein. Ein Großteil der Ausgaben war für Weiterbildungsmaßnahmen (hier als Dienstleistung zu verstehen).

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

## B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Wir machen keinerlei Geldgeschäfte und sind schuldenfrei. D.h. wir haben bisher keinerlei Kredit aufgenommen.

Unser einziges Investment oder Kapitalanlage in Höhe von 1000 Euro ist ein kleiner Geschäftsanteil zur Gründung der ersten Bank für Gemeinwohl (in Österreich)

Eigenkapitalquote 2015: 55%

Eigenkapitalquote 2016: 66%

Unser Finanzpartner ist die VR-Bank vor Ort.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

## B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

So gut wie alle Ausgaben sind Zukunftsausgaben. Es sind im Wesentlichen Investitionen in die Infrastruktur (d.h. Büro, IT und Seminarequipment) (2015: ca. 17.065 Euro, 2016: ca 6.160 Euro )

Der Mittelüberschuss (Jahresüberschuss), 2015: 27.012 Euro, 2016: 48.279 Euro

Anlagenzugänge 2015: 17.065 Euro, 2016: 6.160 Euro

Es wurde explizit kein Gewinn entnommen. Die liquiden Mittel sind in der KG verblieben.

Ebenso wurden keine Kapitalerträge ausgeschüttet.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

## B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln

Die Verteilung der Geldmittel erfolgt fair.

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

## B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Bei den Investitionen sehen wir keine wesentlichen Verbesserungspotentiale. Anstelle von gängiger Büroausstattung könnte man vielleicht auf reine Naturmaterialien wie Holz zurückgreifen.

Wir haben keinerlei Finanzinvestitionen getätigt.

Wir unterstützen die Gründung einer Gemeinwohl Bank.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

## B3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Unser Geschäftsmodell baut in keiner Weise auf ökologisch bedenklichen Ressourcen auf.

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

## B4 Eigentum und Mitentscheidung

Die GmbH & Co KG hat nur einen Gesellschafter, der zugleich Gründer und einziger Mitarbeiter im Unternehmen ist.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

## B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme

Es sind keinerlei Übernahmen erfolgt.

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

## C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

In einem kleinen Unternehmen ist die Diversity naturgemäß eingeschränkt.  
Es wird auf körpergerechte und gesundheitsfördernde Arbeitsmittel geachtet  
Es gibt einen Bereich um in Pausen körperlich aktiv zu werden  
Es laufen Vorbereitungen für die Einrichtung eines Arbeitsplatzes für eine Assistenz  
Bei den Räumen wird auf gut durchflutetes Tageslicht geachtet.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

## C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Alle Rahmenbedingungen fördern ein menschenwürdiges Arbeiten.

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

## C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Das Einkommen der Person im Unternehmen hängt direkt ab vom Betriebsergebnis. Die wöchentliche Arbeitszeit wird auf ca. 50 Stunden geschätzt.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

## C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Niemand wird ausgebeutet. Die Überlebensfähigkeit des Unternehmens und der einen Person im Unternehmen ist direkt abhängig von der Profitabilität

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

## C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

Wir sind der regionalen Struktur hier in dem kleinen Ort sehr verbunden und fördern bewusst die Existenz der ansässigen kleinen Unternehmen. Lebensmittel werden ausschließlich in den kleinen Läden vor Ort besorgt – hauptsächlich in dem ortsansässigen Bio-Laden. Unsere Verpflegung beziehen wir (bis auf Brot) zu 90% ökologisch aus dem Bioladen

Die Kilometerleistung für Fahrten zum Kunden wurde nicht explizit dokumentiert. Sie kann gut mit unter 25.000 km pro Jahr abgeschätzt werden.

Der Weg zum Büro wird mit dem Fahrrad oder zu Fuß zurückgelegt.  
(2015: zu 60%, 2016: zu 95%).

Anmerkung. In 2015 erfolgte etwa 40% mit dem KFZ, in 2016 wurde das KFZ abgeschafft, der Weg wurde zu 95% mit Fahrrad oder zu Fuß zurück gelegt, 5% sind geschätzt die genutzten Mitfahrgelegenheiten.

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Das betrieblich und privat genutzte Fahrzeug wurde 2016 abgegeben. Die Fahrt zum Büro erfolgt mittels Fahrrad oder zu Fuß

Dienstreisen wurden auf die Schiene verlagert oder erfolgen durch privates Car-Sharing.

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Sehe hier die ökologischen Möglichkeiten bereits ideal ausgeschöpft.

## C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens

Wir bestätigen, dass wir ökologisch denken und konsequent naturverbunden handeln.

### **Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

## C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Durch unsere Größe ist volle Transparenz und Mitentscheidung gegeben

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

## C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Ein Betriebsrat wird nicht verhindert.

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

## D1 Ethische Kundenbeziehung

Wir haben einen überschaubaren Kundenkreis, so dass wir diesen mit unseren Ressourcen gut bedienen können. Es gibt keinerlei Marketing oder Werbemaßnahmen.

Der Kunde und dessen Nutzen stehen bei uns voll und ganz im Fokus.

Wichtig ist uns dabei die passende Wertebasis und der menschliche Umgang auch im Kundensystem.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

## D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen

Wir haben in 2015/16 keine Werbemaßnahmen durchgeführt

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

## D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

Wir haben keine direkten oder indirekten Kooperationen.

Wir sind in einem regen Austausch mit Menschen aus dem gleichen Umfeld und unterstützen uns gegenseitig – partnerschaftlich und menschlich und das ohne monetäre Vergütung.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

## D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Wir bestätigen, dass auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen komplett verzichtet wird.

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

## D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Durch die Beratungstätigkeit entstehende negative Effekte für die Umwelt sind vor allem Reisetätigkeiten.

Hier wurde 2016 das KFZ abgeschafft, verstärkt auf die Schiene gesetzt und wo öffentliche Transportmittel nicht sinnvoll waren privates Car-Sharing betrieben.

Gleichzeitig wurden Maßnahmen für die Reduzierung von Reisetätigkeiten unternommen. Durch die Einrichtung und Vereinbarung von „Home-Office-Tagen“ mit den Kunden und verstärkt einsetzen von Videokonferenzen konnten Präsenztage reduziert werden, und somit ökologisch nachteilhafter Reiseaufwand reduziert werden.

Home-Office war in der Regel (und somit durchschnittlich) 2 Tage die Woche.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

### D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

Wir bestätigen, dass es keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen gibt.

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

## D4 Kund\*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

Unsere Produkte sind transparent, bestehen aus Beratungs-Dienstleistungen und beinhalten so an sich keinerlei Schadstoffe oder negative Auswirkungen. In unseren Beratungsleistungen haben wir eine ausgeprägte ökologisch ökonomische Sichtweise, die wir mit unserem Kunden gemeinsam in unsere Projekte einbringen.

Die Anzahl von Kunden ist überschaubar. Der Austausch und die Interaktion sind auf sehr hohem Niveau. Die Dienstleistung wird jeweils für den entsprechenden Kunden maßgeschneidert. Der Kunde hat damit maximale Gestaltungsfreiheit, optimiert für seinen Bedarf und seine spezifischen Ergebnisvorstellungen. Fertige Dienstleistungsangebote gibt es nicht.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

## D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Unsere Produkte enthalten keine Schadstoffe.

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

## E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Bei uns steht der Mensch im Mittelpunkt

Unser Ziel ist: Mache Business lebenswert!

Das bedeutet: Arbeiten mit Menschlichkeit, Werten und Wertschätzung.

Dazu gehört die Weiterentwicklung jedes einzelnen Menschen, die Sinnhaftigkeit des Beitrags und das innovative Denken im System mit einer gemeinsamen Identität – gleichzeitig verbunden mit seiner eigenen Identität und Freiheit.

Gemäß der neun Bedürfnisse laut M. Max-Neef und M. Rosenberg berücksichtigen wir in unserer Arbeit besonders

- Sicherheit – und Perspektive für die Zukunft
- Verstehen/Einführung in Bedürfnisse, Lebensziele und Qualität von Lebenszeit
- kreatives Schaffen im Rahmen des gemeinsamen Systems
- Identität/Sinn als Orientierung für das Ganze und sich selbst
- Freiheit/Autonomie und das im Kontext und Wechselwirkung mit dem Gesamtsystem.

### Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes:

1.	Erfüllte Bedürfnisse	
	• decken Grundbedürfnisse (nach Max-Neef u Rosenberg):	30 %
	• Statussymbol/Luxus	0 %
2.	Dienen der Entwicklung	
	• der Menschen	45 %
	• der Erde/Biosphäre .....	0 %
	• löst gesellschaftlich/ökologische Probleme lt. UN-Entwicklungszielen (insbes. Der Ziele 5, 8, 9, 11,16	25 %
3.	Nutzen der Produkte/Dienstleistungen:	
	• Mehrfachnutzen/einfacher Nutzen ...- dauerhafter Nutzen	100 %
	• Hemmender/Pseudo-Nutzen .....	0 %
	• Negativnutzen .....	0.. %

Anmerkung: die 100% wurden zwischen Punkten 1 u 2 aufgeteilt. Punkt 3 wurde als eigener Bereich betrachtet.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

## E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Wir bestätigen, dass keine der aufgelisteten menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen produziert oder verkauft werden.

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

## E2 Beitrag zum Gemeinwesen

Umsatz:

2015: 49.500 Euro, 2016: 101.000 Euro

Einkommenssteuer:

2015: 33.890 EUR, davon Anteil auf AUROBIA: 8050 Euro,  
2016: AUROBIA 2940 EUR

Körperschaftssteuer:

2015: 190 Euro  
2016: 2820 Euro

Keine Förderungen

Keine expliziten sozialen Engagements

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Gezielte Förderung ausgesuchter sozialer Projekte

## E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung

Wir betreiben keinerlei Praktiken, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entziehen.

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

## E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

Wir betreiben keine korruptionsfördernden Praktiken und keine Lobbying-Aktivitäten.

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

## E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Es gibt bei uns keine Emissionen, Lärm oder Rohstoffverbrauch. Energieverbrauch ist auf das Büro beschränkt. Elektrische Geräte werden wo immer möglich aus gestellt (und nicht im Stand-by-Modus gelassen). Nachts erfolgt für einen Großteil der Geräte eine Stromabschaltung.

Abfall: Lediglich die Verpackungen von gelieferten Produkten. Diese werden von uns zum Wertstoffhof am Ort gebracht.

Da unser Büro „zur Untermiete“ ist liegen uns keine gesonderten Verbrauchs-Werte vor. Es gibt daher keine Daten zu Umweltwirkungen, die wir veröffentlichen könnten.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Verbrauchsdaten im Büro besser erfassen (Papierverbrauch, Strom, etc., ...)

## E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Wir verstoßen gegen keinerlei Umweltauflagen.

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

## E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Bisherigen Tätigkeiten waren aufgrund von Empfehlungen und persönlichen Kontakten. Direkter öffentlicher Auftritt oder öffentliche Sichtbarkeit gibt es bislang nicht.

Es gibt keine gesellschaftliche Berichtserstattung

Und es gibt auch keine Berührungsgruppe oder gesellschaftliche Gruppe die wir von unseren Aktivitäten betroffen sehen.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Öffentliche Sichtbarkeit z.B. durch Internetauftritt realisieren

## E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Wir verbreiten keine falschen Informationen über das Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene.

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

# Ausblick

## Kurzfristige Ziele

Wir werden uns kontinuierlich immer mehr an den Zielen der Gemeinwohl-Ökonomie orientieren und im Alltag immer mehr den Gedanken in Form von Taten leben.

## Langfristige Ziele

Es geht uns vor allem um Bewusstseinsbildung. Wir wollen und werden wachsen – und hier ist es sinnvoll bereits im Unternehmensalltag das Thema der Gemeinwohl-Ökonomie zu integrieren. Idealerweise sollte es Alltagsnormalität werden – und ein völlig normales und vollwertiges Entscheidungsargument im täglichen Handeln sein. Langfristig wäre es begrüßenswert noch mehr Unternehmen zu der Erstellung einer Gemeinwohl-Bilanz zu bewegen. Je mehr dieses tun, desto größer wird das gesellschaftliche Gewicht.

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

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

Unsere Motivation und Grundlage unseres Geschäftsmodells:

Wir wollen

- Business lebenswert machen
- Erfolgreiches Business auf der Basis von Menschlichkeit, Werten und Wertschätzung realisieren
- Ganzheitliche Unternehmensführung stärken – insbesondere für die Menschen
- Ganzheitliche systemische Weiterentwicklung fördern und unterstützen

Dies wollen wir mittels zweier Schwerpunkte tun

- Durch aktive Unternehmensführung (e.g. Interim-Management)
- Unternehmensberatung

Der Mensch steht dabei im Mittelpunkt: „It`s all about people.“

Primäre Risiken:

Im Management werden diese Begrifflichkeiten, die bei uns von Herzen kommen, immer mehr verwendet. Dabei ist das unausgesprochene Ziel die maximale Motivation und Leistung der Mitarbeiter, verbunden mit Fachkräftebindung und Fachkräftegewinnung.

Wir kommen von der anderen „ehrlichen“ Seite: Der Mensch zuerst. Das Unternehmen ist für die Menschen da. Das sich immer weiter entwickelnde lernende System (=Unternehmen) muss natürlich auch überlebensfähig und damit profitabel sein. Letzteres ist ein sinnvoller, schöner und wichtiger Nebeneffekt.

Unser Risiko ist, dass durch die vermehrte unsaubere Verwendung der Begrifflichkeiten in der Öffentlichkeit unser Angebot entweder nicht sichtbar wird oder nicht als das wahrgenommen wird was es ist: Ehrlich und von innen heraus überzeugt.

Weiteres Risiko:

Durch den aktuell sehr beschränkten Personalumfang ist die Zeit stark begrenzt. Viele organisatorische Arbeiten reduzieren die Zeit für die Kunden und insbesondere für die Neukundengewinnung. Die Intensität pro Kunde ist sehr hoch. Die Zeit für andere Aufgaben ist extrem wenig. Neue Kunden werden daher nicht bedient oder akquiriert. Der Wegfall eines Kunden könnte ein großes Loch reißen und langfristig zu Umsatzeinbrüchen führen.

Wir brauchen Wachstum zum Verlagern der Aufgaben auf mehrere Schultern und konsequente Marketing-Maßnahmen sowie Öffentlichkeitsarbeit und Internetpräsenz.

## Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Für die Erstellung des Berichts wurden fünf volle Tage a 8 Stunden verwendet. Dazu kommt die Information und Sammlung der dafür nötigen Unterlagen im Vorfeld (geschätzter kumulierter Aufwand 3 Manntage). In Personen-Arbeitsstunden geschätzt etwa 80 Std. Die Gemeinwohl-Bilanz erstellte der Geschäftsführer.

Datum: 23. Februar 2018