

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname: AUROBIA

Rechtsform: GmbH & Co KG

Website: www.aurobia.com

Branche: Beratung

Firmensitz: 86919 Utting

Gesamtanzahl der Mitarbeitenden: 3

Vollzeitäquivalente: 1,6

Saison- oder Zeitarbeitende: 0

Umsatz: 2019: 4.682,78 Euro, 2020: 11.276,02 Euro

Jahresüberschuss: 2019: -30.295,30 Euro, 2020: -9.842,20 Euro

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

Kommanditist: Dr. Michael Cölle

Berichtszeitraum: 2019/2020

Kurzpräsentation des Unternehmens

Die AUROBIA GmbH & Co KG wurde 2015 gegründet und besteht aus dem Gründer und zwei Mitarbeitenden auf Minijob-Basis. Sie entstand aus dem Wunsch dazu 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

Generell – und so auch im vorliegenden Bericht, steht die gewählte Form der Sprache immer sowohl für männlich als auch für die weibliche Variante (genauer gesagt m/w/d). Zur besseren Lesbarkeit verzichten wir auf die Variante mit *in bzw. *Innen etc.; denken diese aber bewusst mit.

Produkte / Dienstleistungen

Aktiver Beitrag in der Unternehmensführung durch Interim Management und Unternehmensberatung. In 2019 und 2020 bestanden 100% des Umsatzes aus Beratungsleistungen.

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

Kontaktperson im Unternehmen:
Dr. Michael Cölle, Schulstr. 22a, 86919 Utting

Testat



**GEMEINWOHL
ÖKONOMIE** 
Ein Wirtschaftsmodell
mit Zukunft

**Bilanzierendes
Unternehmen
mit externem Audit**

Testat:	Externes Audit	Gemeinwohl-Bilanz	AUROBIA GmbH & Co KG
	M5.0 Kompaktbilanz	2019-2020	Auditor*In: Michael Pelzl

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

Testat gültig bis:
30.11.2023

BILANZSUMME:
191

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0.
TestatID: vweg6
Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf www.ecogood.org

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Tabelle unserer eingekauften Produkte/Dienstleistungen 2019:

Bezeichnung	Betrag / Euro	% von ges. EK (26.124,36 EURO)
Miete	6.836 €	26,17%
Werbe- und Reisekosten	4.433,84 €	16,97%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	412,00 €	1,58%
Porto	159,28 €	0,61%
Telefon- und Internetkosten	2.010,29 €	7,70%
Bürobedarf	802,03 €	3,07%
Fachliteratur	673,73 €	2,58%
Fortbildungskosten	4.138,63 €	15,84%
Rechts-, Beratungs- und Buchführungskosten	237,30 €	0,91%
Abschluss- und Prüfungskosten	2.412,99 €	9,24%
Aufwendungen für Lizenzen und Konzessionen	194,95 €	0,75%
Sonstiger Betriebsbedarf	1.618,70 €	6,20%
Versicherungen, Beiträge und Abgaben	765,12 €	2,93%
Reparaturen und Instandhaltungen	92,00 €	0,35%
Kosten der Warenabgabe	700,00 €	2,68%
Nebenkosten des Geldverkehrs	44,95 €	0,17%
Geringwertige Wirtschaftsgüter	592,55 €	2,27%

Tabelle unserer eingekauften Produkte/Dienstleistungen 2020:

Bezeichnung	Betrag / Euro	% von ges. EK (19.523,85 EURO)
Miete	6.826 €	34,96%
Werbe- und Reisekosten	1.254,42 €	6,43%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	0,00 €	0,00%
Porto	0,00 €	0,00%
Telefon- und Internetkosten	1.964,57 €	10,06%
Bürobedarf	65,47 €	0,34%
Fachliteratur	15,79 €	0,08%
Fortbildungskosten	750 €	3,84%
Rechts-, Beratungs- und Buchführungskosten	383,34 €	1,96%
Abschluss- und Prüfungskosten	2.533,30 €	12,98%
Aufwendungen für Lizenzen und Konzessionen	30,25 €	0,15%
Sonstiger Betriebsbedarf	1.501,97 €	7,69%
Versicherungen, Beiträge und Abgaben	541,38 €	2,77%
Reparaturen und Instandhaltungen	321,60 €	1,65%
Kosten der Warenabgabe	2.764,03€	14,16%
Nebenkosten des Geldverkehrs	1,14€	0,01%
Geringwertige Wirtschaftsgüter	570,59€	2,92%

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

Bei allem notwendigen Preisbewusstsein setzen wir vorwiegend auf europäische Markenprodukte. Dabei setzen wir auf die rechtstaatliche Überwachung von fairen Arbeitsbedingungen in diesen Unternehmen.

Beispielsweise setzen wir beim Kauf von IT auf Marken, die sich bewusst für ökologische und soziale Transparenz entschieden haben. Bei Monitoren bevorzugen wir EIZO, weil die Prüfung der Webseite und Quellen u.a. ergab, dass sie ein hoch optimierte Energieeinsparung nutzen, Umwelt- und sozialbewusst herstellen, auf sozialverantwortliche Produktion achten (explizit ohne Kinder- und Zwangsarbeit). Lieferanten entlang der Lieferkette sind sorgfältig gewählt und haben sich ebenfalls dieser Verantwortung verpflichtet. Dies gilt insbesondere für Zulieferer sogenannter Konfliktmineralien. Über unsere soziale Verantwortung legen sie jährlich und freiwillig einen ausführlichen Bericht vor. Zudem besitzen sie ein ISO 14001 zertifiziertes Umweltmanagementsystem (beinhaltet Maßnahmen zur Reduzierung von Abfall, Abwasser und Emission, Ressourcen- und Energieverbrauch bis hin zur Förderung eines umweltbewussten Verhaltens der Mitarbeiter) Sie legen über diese Maßnahmen, in Form eines CSR-Berichts, jährlich öffentlich Rechenschaft ab. Das Unternehmen verpflichtet sich den SDG (Sustainable Development Goals) der Vereinten Nationen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Wir legen Wert auf regionalen Bezug von Produkten (soweit wie möglich). Bücher etc. wurden von den Buchläden vor Ort bezogen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

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 vermehrt auf Direktversand von Geschäften gesetzt. 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. Bestellungen erfolgten vermehrt direkt bei Geschäften (weniger bei Amazon etc.). Wir studieren auch die Internetseiten der entsprechenden Firmen auf eine Verpflichtung zu menschenwürdiger Herstellung und freiwilliger Transparenz.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Indem wir uns damit beschäftigen dringen wir langsam immer tiefer ein... und da geht noch mehr.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Alle Käufe die vor Ort oder im Nachbarort getätigt wurden, fanden ausschließlich in Läden statt, bei denen Solidarität und Gerechtigkeit gegenüber den Mitarbeitenden und Kunden sichergestellt wurde. Ein eigenes Label haben diese nicht. Den Anteil an Produkten mit Label haben wir nicht quantifiziert (dies nachzuhalten nehmen wir als Upside-Potential auf). Da wir beim Einkauf vorwiegend auf europäische und deutsche Händler setzen, bei der Mobilität vorwiegend Bahn sowie Car-Sharing nutzen und bei Weiterbildungsmaßnahmen sowie Dienstleistungen regionale Anbieter bevorzugen, schätzen wir die Quote der Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigenden Produkte auf über 50%.

Fast alle gekauften Produkte dem Bereich „Bürobedarf“ zuzuordnen. Hierzu waren und sind uns keine ausbeuterischen und unsozialen Missstände im Inland oder Drittländern bekannt. Das gilt insbesondere bei den uns auch persönlich bekannten Familienunternehmen und Händler am Ort. Von Büchern, über Schreibwaren, dem Bio-Laden bis hin zum Fahrradhändler. Das sind kleinste Familienunternehmen, die ihre Mitarbeiter gut behandeln und selbst kräftig anpacken.

Ein großer Anteil der eingekauften Dienstleistungen war Raummiete und Weiterbildung. Die Miete wurde lokal am Ort entrichtet. Das Büro ist von den Mitarbeitenden zu Fuß oder mit dem Fahrrad erreichbar.

Alle Weiterbildungen wurden an regional ansässigen Instituten/Organisationen gemacht. Ebenso alle Beratungsdienstleistungen. Miete ist lokal, Büroeinrichtung zu 75% von deutschen Anbietern.

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

Um Solidarität und Gerechtigkeit in unserer Zulieferkette zu überprüfen informieren wir uns über die Arbeitsbedingungen bei unseren Lieferanten. Vor allem bei den in unserer Nähe ansässigen Unternehmen, führen wir persönliche Gespräche mit den Mitarbeitenden und kennen zudem die Inhaber. Es ist uns wichtig bei Unternehmen zu kaufen, welche dieselben Werte wie wir vertreten. Darunter fallen vor allem Wertschätzung von Mitarbeitenden und Achtsamkeit.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Wir achten mehr auf die Arbeitsbedingungen in den Geschäften bei denen wir einkaufen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Als kleines Unternehmen haben wir keine Marktmacht, die wir einsetzen oder gar ausnutzen könnten. Wir können aber Impulse im Dialog setzen.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

A3 Ökologische Nachhaltigkeit In der Zulieferkette

Beim Einkauf setzen wir auf nachhaltige Produkte. Dafür nehmen wir auch einen höheren Preis in Kauf.

Unsere Sorge gilt dem durch die Corona Krise noch verstärkten 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.

Alle Weiterbildungen wurden an regional ansässigen Instituten/Organisationen gemacht oder online durchgeführt.

Als Beratungsunternehmen haben wir in dem Sinne keine materielle Produktion und somit keine Lieferkette. Diese haben wir eher über den Einzelhandel. Auch durch die Gemeinwohlbilanzierung wurden wir motiviert auch mit den lokalen Händlern über deren Lieferanten, Bestellwege und dergleichen zu sprechen. Sei es ob sie ökologische Stromanbieter haben, selbst Gemeinwohlbilanziert sind (wobei das eher zu einem Gespräch führte, was das eigentlich ist) und wie sie wiederum auf ihre Lieferkette blicken.

Obwohl wir bewusst auf ökologische und soziale Kriterien achten schätzen wir den Anteil der so gekennzeichneten Produkte auf nur 20%. Tendenz steigend (auch weil immer mehr Anbieter dieses berücksichtigen)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Wir achten verstärkt auf ökologische Siegel und Zertifikate bei der Produktauswahl, informieren uns bei Herstellern über deren Herangehensweisen (auch im IT Sektor (z.B. EIZO))

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Wir haben neben den lokalen Einkauf am Ort erst die Möglichkeiten der ökologischen Anbieter im Internet entdeckt und wollen diese verstärkt nutzen. Auch können wir den Dialog mit den lokalen Händlern zum Thema Nachhaltigkeit und Gemeinwohlaspekt noch weiter ausbauen (Aktuell vor allem mit Schreibwarenhandel und Buchhandel).

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.

Wir achten sehr auf Ökologie in unserem täglichen Einkauf. Wir bevorzugen lokale Geschäfte, nehmen vor allem das Fahrrad anstelle des Autos, nehmen unsere Taschen und Verpackungen selbst mit, wo immer es der Gesetzgeber zulässt und kaufen z.B. Nahrungsmittel fast ausschließlich im lokal bei uns auf dem Dorf ansässigen Bio-Laden. Auch fördern wir die lokale ökologische Landwirtschaft durch Direkteinkauf auf dem jeweiligen Hof.

Gleiches gilt für die anderen lokalen Geschäfte, wie unseren Buchhandel. Überall wird Abfall vermieden und anstelle von Versand persönlich abgeholt.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Wir informieren uns intensiver über Unternehmen und Produkte bzgl. Herstellung, Herstellungskriterien und deren Lieferkette.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Wir haben keinen direkten Dialog mit den großen Herstellern, dafür sind wir schlichtweg zu klein. Wir können über den Kundensupport nachfragen und so einen kleinen Dialog Awareness fördern. Ein Großteil der Ausgaben war für Weiterbildungsmaßnahmen (hier als Dienstleistung zu verstehen) und Büroausstattung. Bei den von uns erworbenen Materialien/Dienstleistungen mit Label sind ca. 20%.

Unsere Kunden sind zu fast 100% B-Corp-zertifiziert.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Wir achten mehr auf Label und Zertifikate

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Wir machen keinerlei Geldgeschäfte und sind schuldenfrei. D.h. wir haben bisher keinerlei Kredit aufgenommen. Etwaig benötigte finanzielle Mittel wurden 2019 ausschließlich durch den geschäftsführenden Eigentümer bzw. den Kommanditisten und die Komplementärin bereitgestellt; in 2020 wurden zusätzlich liquide Mittel durch die AUROBIA Values AG zur Verfügung gestellt, woraus die Eigenkapitalquote resultiert. Es wurden keine Kredite Dritter zur Finanzierung 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 2019: 46,46 %

Eigenkapitalquote 2020: 38,26 %

Als Finanzpartner haben wir die VR-Bank vor Ort und die Fidor Bank.

Unser Versicherungspartner ist die Allianz – hier arbeiten wir vertrauensvoll seit Jahren mit einer kleinen Filiale zusammen (Hier kennen wir die Mitarbeitenden, die Leitung und das dort vorhandene Arbeitsklima)

Die durchschnittliche Eigenkapitalquote der Branche liegt laut statista bei ca 22%

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) und Weiterbildung.

Der Mittelüberschuss (Jahresüberschuss) – 2019: --30.295,30, 2020: -9.842,20 Euro

Anlagenzugänge – 2019: 592,55 Euro, 2020: 695,80 Euro

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

Durch die Corona-Krise war eine schnelle und massive Umstellung auf digitale Plattformen und Online-Business notwendig – und daher wurde auch in diesen Bereich investiert (Equipment und Lizenzen). Jedoch hatte dies positive ökologische Auswirkungen, da dadurch Reisen im Jahr 2020 auf nahezu Null reduziert werden konnten.

Unsere Büroausstattung bietet Verbesserungspotentiale. Anstelle von gängiger Büroausstattung könnte man vielleicht auf reine Naturmaterialien wie Holz zurückgreifen.

Wir haben keinerlei Finanzinvestitionen getätigt.

Wir unterstützen die Gründung und Arbeit 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 Anteile an der AUROBIA GmbH & Co KG liegen über die Dr. Michael Cölle GmbH als Komplementärin und Dr. Michael Cölle als einzigen Kommanditist zu 100% bei Herrn Dr. Michael Cölle, der zugleich Gründer des Unternehmens ist.

Damit sind alle Anteile in Gründerhand und auch alle Finanzmittel werden ausschließlich durch den Gründer zur Verfügung gestellt.

Es gibt auch eine AUROBIA Values AG, deren Anteile ebenfalls zu 100% Herrn Dr. Michael Cölle gehören. Diese ist rechtlich eigenständig und nicht mit der AUROBIA GmbH & Co KG verbunden.

Die Values AG und die GmbH & Co KG haben eine unterschiedliche geschäftliche Ausrichtung, sind allerdings formal und inhaltlich unabhängig. Gleichzeitig sind beide durch die Wertevorstellung von Wertschätzung, Augenhöhe und der Vision von Arbeit als sinnvolle Lebenszeit des Eigentümers geprägt. Daher treten sie auch zusammen unter der Bezeichnung AUROBIA Group auf.

Transparente Entscheidungen, die Möglichkeit zur Mitentscheidung und Eigentümerbeteiligung ist für Dr. Michael Cölle, als einzigen Eigentümer, voll vorhanden. Die Eigentümerstruktur hat sich in der Vergangenheit nicht verändert.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme

Es sind keinerlei Übernahmen erfolgt.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Unternehmenskultur: Wir leben einen rollenbasierten Ansatz mit den Grundelementen bekannt aus Holocracy. Aufgaben werden in Form eines Backlog gemeinsam besprochen und definiert und ergebnisorientiert in Sprints bearbeitet.

Unser Ziel ist der Purpose, die Sinnhaftigkeit des Arbeitens. Dabei spielen die 3 P eine große Rolle: Profit, People Planet. Profit steht hier nicht im Sinne von Geschäftsgewinn (auch wenn der natürlich Grundlage des wirtschaftlichen Fortbestehens ist) sondern auch und vor allem für den Benefit, den andere dadurch erzielen. Also wie andere davon profitieren können. Es geht immer um den Menschen – und wie wir zum Größeren beitragen und die Welt (Planet) ein kleines bisschen besser machen können.

Hierbei besteht volle Handlungsfreiheit im gegebenen Verantwortungsbereich. Wann und wie gearbeitet wird erfolgt gemäß eigener Einschätzung und gegenseitiger Absprache. Augenhöhe und wertschätzender Umgang sind zentrale Elemente.

Wir leben eine mitarbeitenden-orientierte Unternehmenskultur.

In einem kleinen Unternehmen ist die Diversity naturgemäß eingeschränkt. Vom Gender-Aspekt ist es 50/50 ideal ausgeglichen. Ansonsten ist unser Hintergrund und unser Arbeitsumfeld hochgradig international.

Es wird auf körpergerechte und gesundheitsfördernde Arbeitsmittel geachtet. Es gibt einen Bereich, um in Pausen körperlich aktiv zu werden. Achtsamkeit ist bei uns großgeschrieben. Es gibt jederzeit die Möglichkeit zur Meditation (und einen Raum dafür).

Für Mitarbeitende auf Minijob-Basis wurde ein eigener Arbeitsplatz mit ergonomischer Ausstattung eingerichtet.

Es gab in der gesamten Unternehmensbestehens keine Betriebsunfälle.

Bei den Räumen wird auf gut durchflutetes Tageslicht geachtet. Mit Hilfe eines CO2 Messgeräts wird für regelmäßiges Lüften gesorgt.

Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit: (Stand 2020) 3 Jahre (Unternehmen vor 5 Jahren gegründet)

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

Weiterbildung: über 200 Std. pro MA

Krankheitsquote: Null

Unfallquote: Null

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. Mitarbeiter auf Minijob-Basis liegen bei 12 Euro / Stunde.

Es wurden bei Angestellten keine Überstunden geleistet.

Aufgaben werden in Form eines Backlog gemeinsam besprochen und definiert und ergebnisorientiert in Sprints bearbeitet. Hierbei besteht volle Handlungsfreiheit im gegebenen Verantwortungsbereich. Wann und wie gearbeitet wird erfolgt gemäß eigener Einschätzung und gegenseitiger Absprache.

Das bedeutet regelmäßige Analyse und Thematisierung der Verteilung von Arbeitslast, Arbeitsleistung, Arbeitszeit, Nutzung von Arbeitsmodellen und Verdienst über den Holokratie-Ansatz.

Augenhöhe und wertschätzender Umgang sind zentrale Elemente. Es besteht ein großer individueller Handlungsspielraum

- Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster "lebenswürdiger Verdienst" zusteht?
- Standortabhängiger "lebenswürdiger Verdienst" (für alle Betriebsstandorte)

Neben dem Geschäftsführer sind nur Mitarbeitende auf Minijob-Basis angestellt, deren Verdienst nicht ihre Haupteinkommensquelle ist. Trotz dessen werden alle Mitarbeitenden deutlich über dem Mindestlohn bezahlt.

In Bezug auf den Indikator lebenswürdiger Verdienst habe ich eine individuelle Betrachtung durchgeführt und bin zu dem Schluss gekommen, dass dies zu einem angemessenen Lebensstandard beiträgt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Niemand wird ausgebeutet. Alle Angestellten auf Minijob-Basis erhalten einen Lohn deutlich oberhalb des Mindestlohns. Ebenso wird Dr. Michael Cölle als Geschäftsführer entsprechend für seine Leistungen bezahlt. Die Überlebensfähigkeit des Unternehmens, des

Unternehmers sowie der im Unternehmen tätigen Personen 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

Das betrieblich und privat genutzte Fahrzeug wurde 2016 abgegeben- Der Weg zum Büro wird mit dem Fahrrad oder zu Fuß zurückgelegt. Fahrten zum Kunden mit öffentlichen Verkehrsmitteln (Bahn, MVV) oder mit privatem Carsharing oder Mitfahrgelegenheiten. Die Kilometerleistung für Fahrten zum Kunden wurde nicht explizit dokumentiert. Da durch Corona alles auf digital umgestellt wurde ist diese minimal.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Dienstreisen wurden auf die Schiene verlagert oder erfolgen durch privates Car-Sharing. Durch Umstellung auf Online-Formate wurde 2020 das Reiseaufkommen auf nahezu Null reduziert.

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. Hauptentscheidungswege sind er konsultative Entscheid basierend auf der individuellen Verantwortung der Mitarbeitenden und der Konsent.

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 bzw. ansprechen können.

Es gibt keinerlei Marketing-Projekte oder Werbemaßnahmen. Wir nutzen Internetplattformen wie LinkedIn und Xing. Ein extra Budget gibt es dafür nicht.

Der Kunde und dessen Nutzen stehen bei uns voll und ganz im Fokus. Unser Anliegen ist der individuelle und optimale Nutzen des Kunden. Es gibt daher kein „Produkt“, das beworben werden könnte, sondern die maßgeschneiderte Unterstützung für den jeweiligen Bedarf.

Gemeinnützigen Organisationen geben wir unsere Beratung und Unterstützung zu signifikant reduziertem Tagessatz, insbesondere wenn eine stärkeres Mitarbeiterengagement oder Digitalisierung im Unternehmen (Industrie 4.0) angestrebt wird. Als vom Bundesministerium zertifizierte Berater helfen wir bei Bedarf auch bei Förderprogrammen und Funding.

Der oder die Umsetzende berät den Kunden und entwickelt Co-kreativ das passende Konzept. (Verkaufsvorgaben oder gar Provisionen sind uns fremd). Wir beschäftigen uns intensiv mit unseren Kunden – am liebsten mit ihnen zusammen.

Bzgl. unserer Kunden gibt es keinerlei Vorgaben oder gar Einschränkungen. Wir sind für jede*n da, den/die wir unterstützen können.

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

Es gibt keine internen Umsatzvorgaben.

Unsere Kunden sind selbst B-Corp zertifiziert.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen

Wir haben in 2019/20 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.

Erste Kooperationen mit Mitunternehmen anderer Branchen bzw. regional entferntere der gleichen Branche. Diese sind Unternehmen, welche aus einem Netzwerk oder Zusammenschluss aus Beratern bestehen. Dazu gehören die Orvieto-Akademie, TheDive und Javisio. Alle unserer Kooperationspartner, vertreten dieselben Werte wie die AUROBIA selbst.

Konkret bedienen wir Kunden nur, wenn wir davon überzeugt sind wirklich für deren Anliegen helfen zu können. Wenn nicht wir, sondern andere die Experten sind, so kommunizieren wir das offen gegenüber unserem Kunden. Auf Wunsch stellen wir gerne Kontakt zu Experten aus unserem Netzwerk her. Bei allen genannten Netzwerken nehmen wir für diese Vermittlung oder Weitergabe von Aufträgen keine Provision oder Anteile. Wir möchten, dass der Kunde die beste Unterstützung bekommt (und nicht den, der uns am meisten für die Vermittlung bezahlt). Anders herum war es ebenso. (In 2020 gab es so einen sehr großen Auftrag – der dann allerdings dem Lock-down zum Opfer gefallen ist)

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.

Das KFZ wurde bereits 2016 abgeschafft. Fahrten zum Kunden erfolgen mit öffentlichen Verkehrsmitteln (Bahn, MVV) oder mit privatem Carsharing oder Mitfahrgelegenheiten. Die Kilometerleistung für Fahrten zum Kunden wurde nicht explizit dokumentiert. In 2019 kann sie kann gut mit unter 5.000 km pro Jahr abgeschätzt werden. 2020 wurde alles auf digital umgestellt. Die gesamte Kommunikation wurde digital durchgeführt. Der ökologisch nachteilhafte Reiseaufwand wurde fast auf Null reduziert.

Wir verfolgen ein suffizienzförderndes Geschäftsmodell: Wir sehen unseren wesentlichen Auftrag darin, Kunden so zu befähigen, dass sie schnellstmöglich und bestmöglich die Dinge selbständig und ohne uns weiterführen können.

Im Rahmen des Netzwerkes (TheDive) wurde ein Angebot (Stellar) geschaffen um Unternehmen in der Entwicklung suffizienter und nachhaltiger Geschäftsmodelle zu unterstützen.

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.

Ein Beispiel: Zusammen mit einem unserer Hauptkunden machen wir einmal die Woche einen Abgleich zu unserem gemeinsamen Purpose. Dieser beinhaltet „People and Planet“ Also wie haben wir letzte Woche für ein besseres Miteinander der Menschen beigetragen, was haben wir für den Erhalt unseres Planeten getan und was wollen wir in der nächsten Woche dafür tun. Dazu bewerten wir auf einer Skala von 0 – 10 wie stark wir letzte Woche zu dem folgenden Satz beigetragen haben:

„Wir schaffen Räume für Potenzialentfaltung. Für ein schöpferisches Bewusst-Sein und lebensdienliches Handeln.“

Mit unserem Kunden zusammen gestalten wir so das weitere Vorgehen – Schritt für Schritt

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 – und aus Arbeitszeit sinnvolle Lebenszeit!

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.

Das dient dem Wachstum des Menschen. Das fördert geistige Zufriedenheit, Glück, Lebensfreude und damit direkt auch die Gesundheit.

Unser Dienstleistungsangebot bietet Unternehmen die Möglichkeit, Unterstützung dabei zu bekommen, Einfühlungsvermögen, Achtsamkeit und Wertschätzung gegenüber ihren Mitarbeitenden zu verstärken. Zudem unterstützen wir durch das Einführen geeigneter Arbeitsweisen das Unternehmen dabei nachhaltig erfolgreich zu sein.

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

- Sicherheit – und Perspektive für die Zukunft
- Verstehen/Einfühlung 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.

Durch Artikel auf unserem Blog und durch unseren Podcast, möchten wir unsere Werte und Vorstellungen auch an Nicht-Kunden weitergeben, um für mehr Menschlichkeit und Wertschätzung zu sorgen.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes:

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

Ergänzende Anmerkungen zu den ausgewählten SDGs:

5: Gleichberechtigung der Geschlechter ist für uns selbstverständlich, ebenso wie die Gleichheit ungeachtet der ethnischen Herkunft oder Glaubens. Dies gilt sowohl innerhalb

des Unternehmens (Lohn, Arbeitsbedingungen, Umgang miteinander) als auch für unsere geschäftlichen Partner*Innen und Kund*Innen. In unserer Sprache verwenden wir oft bewusst die *Innen -Form oder weisen darauf hin, dass bei einer Wahl die andere Variante bewusst und genderkonform mitgedacht ist.

8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum ist der Kern unserer täglichen Arbeit.

9: Als Physiker mit Jahrzehnten Erfahrung im High-Tech und Innovationsumfeld ist unser Geschäftsführer sehr technik- und innovations-affin. Das spiegelt sich auch an unseren Kunden wider, die stark aus diesem Bereich kommen. Mit unseren Kunden zusammen fördern wir Innovation und neue Technologien – immer mit Vision auf eine bessere und nachhaltigere Umwelt.

11: Unser Beitrag ist hier eher passiver Natur – dafür umso bewusster. Dazu gehört die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel, Verzicht auf Firmen PKW, Verstärkte Nutzung von Home-Office und auch unterstützen unserer Kunden zu Remote-Leadership auch in den oberen Etagen.

16: Hängt inhaltlich auch mit 5 zusammen. Ansonsten leisten wir einen aktiven Beitrag zu einem besseren Miteinander auf Augenhöhe und mit weniger Konflikten vor allem mit der Verbreitung und Nutzung von gewaltfreier Kommunikation (nach Rosenberg), bewusster systemischer Sprache und Fördern von wertschätzender und offener Kommunikation.

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

Es erfolgt eine korrekte Bezahlung von Steuern und Abgaben. Eine steuerliche Optimierung erfolgt nur im legitimen Rahmen.

Umsatz:

2019: 4.682,78 Euro, 2020: 11.276,02 Euro

Gewerbsteuer/ EK-Steuer aus Gewerbebetrieb/ Körperschaftssteuer für 2019 und 2020 0 Euro, da negatives Geschäftsergebnis

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 ausgestellt (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.

Papierverbrauch: etwa 3kg / Jahr

Im Homeoffice haben wir auf Ökostrom (0% CO₂) - Gruenwelt - umgestellt. Wir platzieren dieses bewusst in Gesprächen mit anderen, Lieferanten und Peers. Gespräche mit dem Vermieter unseres Haupt-Büros dazu wurden begonnen.

Da unser Haupt-Büro „zur Untermiete“ ist, liegen uns keine gesonderten Verbrauchs-Werte vor.

Wasserverbrauch: nur zum Trinken und für Toilettenspülung.

Zu den Umwelt-Themen bin ich mit dem Vermieter in den Dialog gegangen.

Heizung erfolgt mit umweltfreundlicher Wärmepumpe. Der für die Pumpe notwendige Strom wird durch Solartechnik bzw. Ökostrom von EWS erzeugt. EWS ist ein lokales Unternehmen bzw. eine bürgereigene Genossenschaft und wurde von Öko-Test mit „sehr gut“ bewertet.

Sie setzen auf eigene Anlagen in der Region. (siehe www.ews-schoenau.de) Das Haus ist neu auf Niederenergie ausgelegt mit Lüftungsanlage und Wärmerückgewinnung. Eine Installation einer PV-Anlage ist geplant und wurde wegen Corona zurückgestellt. Aus den Aussagen des Vermieters wurde klar, dass das System aus umweltgesichtspunkten hoch

optimiert ist. Nach seinen Angaben reichen im Winter oft das einfallende Sonnenlicht und die Körperwärme zum Heizen aus – Ende Zitat Vermieter)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Verbrauchsdaten im Büro besser erfassen (Wasser, 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. Für die vorherigen Jahre 2015 – 2018 wurden Gemeinwohlberichte erstellt, auditiert und veröffentlicht.

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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Öffentliche Sichtbarkeit z.B. durch Internetauftritt verbessern.

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. Wir kooperieren bereits mit Unternehmen, die Ihrerseits People & Planet in ihrer Unternehmensvision 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.

Bei jeder Gelegenheit erwähnen wir das Konzept der Gemeinwohlökonomie und der Möglichkeit durch die Gemeinwohlbilanzierung hier beizutragen und die Transparenz zu fördern.

Ferner bin ich im Dialog und Zusammenarbeit mit Bewegungen wie B-Corporation, um hier den gemeinsamen Gedanken weiter zu tragen.

In unserer Mission aus Arbeitszeit sinnvolle Lebenszeit zu machen – und das für möglichst viele Mitarbeitende in möglichst vielen Unternehmen, begleitet uns der Gemeinwohlgedanke täglich.

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 Unternehmungsführung 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 Fachkräfte-gewinnung.

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 hat ein großes Loch gerissen und führt langfristig zu Umsatzeinbrüchen.

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

Datum: 15. Dezember 2021