

Berichtsvorlage

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname: AUROBIA

Rechtsform: GmbH & Co KG

Website: www.aurobia.de

Branche: Beratung

Firmensitz: 86919 Utting

Gesamtanzahl der Mitarbeitenden: 3

Vollzeitäquivalente: 1,8

Saison- oder Zeitarbeitende: 0

Umsatz: 2021: 78.091,39 Euro; 2022: 102.659,05 Euro

Jahresüberschuss: 2021: 46.326,95 Euro; 2022: 58.940,30 Euro

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

Kommanditist: Dr. Michael Cölle

Berichtszeitraum: 2021/2022

Kurzpräsentation des Unternehmens

Die AUROBIA GmbH & Co KG wurde 2015 gegründet und besteht aus dem Gründer, einem Mitarbeiter auf Minijob-Basis und einer dualen Studentin. 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:

- Unternehmensberatung
- Coaching

Produkte / Dienstleistungen

Aktiver Beitrag in der Unternehmensführung durch Unternehmensberatung. In 2021 und 2022 bestanden 100% des Umsatzes aus Beratungsleistungen und Coaching. Umsatz entstand rein aus operativem Geschäft.

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. Unternehmen sollen ebenso wie die Gesellschaft für die Menschen da sein (und nicht umgekehrt).

Wir begrüßen die zunehmenden Aktivitäten auf diesem Gebiet, die stark wachsende Unterstützung des Gemeinwohlgedankens und auch weitere internationale Ansätze wie z.B. B Corp. Wir selbst sind seit 2015 gemeinwohnbilanziert.

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, Johann-Keller-Weg 14, 86919 Utting

Testat



ZERTIFIKAT Externes Audit

Zertifikat gültig bis
31.07.2026

ZertifikatsID
b6153

ECONGOOD
Bilanz

AUROBIA GmbH & Co KG

Johann Keller Weg 14, DE 86919 Utting

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berührungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 20 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 10 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 10 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 0 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 40 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 40 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 20 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 0 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 30 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 10 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 40 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 60 %
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: 30 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 0 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 10 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 40 %
				BILANZSUMME: 210

Mit diesem Audit Zertifikat bestätigt der International Federation for the Economy for the Common Good e.V. das Ergebnis des ECONGOOD Audits basierend auf der Version: M5.0 Kompaktbilanz. Dieses Audit wurde durchgeführt von Jörn Wiedemann.

Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf www.ecogood.org

Hamburg, 02.07.2024

International Federation for the Economy for the Common Good e.V.
Stresemannstraße 23
22769 Hamburg

federation-office@ecogood.org
Amtsgericht Hamburg, VR 24207

Bridget Knapper
Executive Director

Markus Müllenschläder
Executive Director

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Tabelle unserer eingekauften Produkte/Dienstleistungen 2021:

Bezeichnung	Betrag / Euro	% von ges. EK (22.613,87 EURO)
Miete	6.871 €	30,38%
Werbe- und Reisekosten	1.844,48 €	8,16%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	87,48 €	0,39%
Porto	7,58 €	0,03%
Telefon- und Internetkosten	2.139,09 €	9,46%
Bürobedarf	544,06 €	2,41%
Fachliteratur	0,00 €	0,00%
Fortbildungskosten	5.930,00 €	26,22%
Rechts-, Beratungs- und Buchführungskosten	353,80 €	1,56%
Abschluss- und Prüfungskosten	2.563,40 €	11,34%
Aufwendungen für Lizenzen und Konzessionen	20,00 €	0,09%
Sonstiger Betriebsbedarf	455,56 €	2,01%
Versicherungen, Beiträge und Abgaben	596,00 €	2,64%
Reparaturen und Instandhaltungen	251,58 €	1,11%
Kosten der Warenabgabe	0,00 €	0,00%
Nebenkosten des Geldverkehrs	45,35 €	0,20%
Geringwertige Wirtschaftsgüter	904,91 €	4,00%

Tabelle unserer eingekauften Produkte/Dienstleistungen 2022:

Bezeichnung	Betrag / Euro	% von ges. EK (26.124,36 EURO)
Miete	6.853 €	26,17%
Werbe- und Reisekosten	8.543,50 €	16,97%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	23,51 €	1,58%
Porto	28,40 €	0,61%
Telefon- und Internetkosten	2.098,15 €	7,70%
Bürobedarf	441,30 €	3,07%
Fachliteratur	527,91 €	2,58%
Fortbildungskosten	7.549,24 €	15,84%
Rechts-, Beratungs- und Buchführungskosten	446,10 €	0,91%
Abschluss- und Prüfungskosten	2.500,00 €	9,24%
Aufwendungen für Lizenzen und Konzessionen	0,00 €	0,75%
Sonstiger Betriebsbedarf	615,56 €	6,20%
Versicherungen, Beiträge und Abgaben	536,86 €	2,93%
Reparaturen und Instandhaltungen	801,17 €	0,35%
Kosten der Warenabgabe	1,59 €	2,68%
Nebenkosten des Geldverkehrs	11,81 €	0,17%
Geringwertige Wirtschaftsgüter	1.332,41 €	2,27%

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

Unsere Kostenschwerpunkte sind bei Fortbildungskosten – hier wählen wir regionale Anbieter.

Bei den Reisekosten – hier achten wir wo möglich auf die Auswahl von kleinen idealerweise familienbetriebener naturverbundener Hotels. Den Anteil der Bahnfahrten versuchen wir hoch zu halten, was allerdings durch die erschwerte Planbarkeit, Verspätungen und verpasste Anschlüsse schwierig ist. In vielen Fällen liegen unsere Zielorte außerhalb und sind mit öffentlichen Verkehrsmitteln überaus schlecht erreichbar (vor allem mit unserem großen Seminargepäck). Unsere Kunden legen Wert auf den persönlichen Kontakt, insbesondere nach den Covid-Einschränkungen. Daher der gestiegene Anteil in 2023. Ein weiterer Schwerpunkt sind die Abschluss- und Prüfungskosten. Hier sind wir bei einem Steuerberater bei uns im Dorf.

Fachliteratur besorgen wir uns, wenn irgend möglich in der kleinen Buchhandlung im Nachbardorf.

Nur sehr wenige unserer gekauften Produkte/Dienstleistungen haben eine signifikante Lieferkette. Bei Firmen, bei denen wir verstärkt einkaufen, achten wir auf umweltbewusstes Handeln. Beispielsweise besteht ein Großteil unseres Bedarfs an Moderationsmaterialien. Hier kaufen wir bei Neuland, die zwar deutlich teurer sind als die Konkurrenz, aber vor allem nachfüllbare Produkte haben, ressourcenschonend produzieren und auf Recycling-Qualitäten achten (FSC-Zertifikat/Blauer Engel).

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Wir legen Wert auf regionalen Bezug von Produkten (soweit wie möglich). Büromaterial, Bücher, Verpflegung für die Mitarbeitenden etc. wurden von den Läden vor Ort bezogen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Wir können vor Kauf noch öfter gezielt nach der Lieferkette und den vorherigen Produktionsschritten fragen.

A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Bei allem notwendigen Preisbewusstsein setzen wir vorwiegend auf europäische Markenprodukte. Dabei setzen wir 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 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. Leider wurden einige regionale Läden durch (Post-) Corona und das aktuelle wirtschaftliche Umfeld geschlossen.

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

Fast alle gekauften physischen 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.

Die größten Positionen sind Weiterbildung und Miete.

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.

Ferner: Ein Schwerpunkt sind Reisekosten: Wo immer möglich Auswahl kleiner familiengeführter Unternehmen. Familiärer Umgang mit Mitarbeitenden (80%), Reise wo irgendwie sinnvoll mit Deutscher Bahn (wo durch Workshop-Location und Menge des zu transportierenden Materials möglich)

Unser hauptsächliches Arbeitsgerät ist der Computer und der entsprechende Arbeitsplatz dazu. Elektronische Geräte kommen fast ausschließlich aus dem asiatischen Raum und sind daher zu weit entfernt von uns um Arbeitsbedingungen zu beurteilen. Hier ist es uns besonders wichtig auf die entsprechende Firmenphilosophie zu achten. Aus diesem Grund kaufen wir beispielsweise bei Monitoren bevorzugt Produkte von EIZO.

Fortbildungskosten haben kein Label, aber sind durchweg lokale Einrichtungen zu denen wir einen engen persönlichen Bezug haben, eng im Kontakt sind, und die sich sehr um das Wohlergehen ihrer Mitarbeitenden kümmern. Der Anteil dieser Kosten liegt bei ca. 20% (durchschnittlicher Anteil Weiterbildungen 21/22). Damit kommen wir auf eine grobe Abschätzung von 35% (Anteil Weiterbildung + Reisen aus beiden Jahren/2) der Lieferant*Innen, die solidarischen und gerechten Umgang bewusst berücksichtigen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Wir achten mehr auf die Arbeitsbedingungen in den Geschäften bei denen wir einkaufen und wie mit deren Mitarbeitenden umgegangen wird.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Wir führen beim Einkauf auch Gespräche zum Thema Energie und woher die Energie bezogen wird (Thema Ökostrom)

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. Beispielsweise setzen wir beim Kauf von IT auf Marken, die sich bewusst für ökologische und soziale Transparenz entschieden haben. Zudem kaufen wir gebrauchte Ware (z.B. Handys) und nutzen so die Lebensdauer der technischen Geräte voll und ganz aus. Bei Monitoren bevorzugen wir EIZO, weil die Prüfung der Webseite und anderer 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 Konfliktminerale. 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.

Wir versuchen, wenn Bestellungen nötig sind, immer möglichst groß 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 Gemeinwohlabilanzierung wurden wir motiviert mit den lokalen Händlern über deren Lieferanten, Bestellwege und dergleichen zu sprechen. Sei es ob sie ökologische Stromanbieter haben, selbst gemeinwohlabilanzieren sind (wobei das eher zu einem Gespräch führte, was das eigentlich ist) und wie sie wiederum auf ihre Lieferkette blicken.

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)) oder nutzen Secondhand oder Upcycling.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Wir nutzen neben den lokalen Einkauf am Ort auch die Möglichkeiten der ökologischen Anbieter im Internet und wollen diese wo möglich nutzen. Auch bauen wir den Dialog mit den lokalen Händlern zum Thema Nachhaltigkeit und Gemeinwohlaspekt noch weiter aus (Aktuell vor allem mit Schreibwarenhandel und Buchhandel).

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

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:

Während des Berichtszeitraums haben wir unsere Informationsbeschaffung intensiviert. Dabei konzentrierten wir uns darauf, mehr über die Herstellungsprozesse von Unternehmen

und deren Produkten zu erfahren. Zudem vertieften wir unser Wissen über die Kriterien der Herstellung und die dazugehörigen Lieferketten.

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 zum Großteil B-Corp-zertifiziert.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Während des Berichtszeitraums haben wir unsere Achtsamkeit erhöht. Nun legen wir größeren Wert auf das soziale und ökologische Verhalten unserer Lieferanten. Dies spiegelt sich in einer verstärkten Recherche über ihre Praktiken wider.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Wir verstärken das bisher umgesetzte Verhalten weiter und achten somit noch mehr auf das soziale und ökologische Verhalten unserer Lieferanten. Dadurch möchten wir die Transparenz und die Zugänglichkeit in der Lieferantenkette weiter erhöhen. Wir wollen die Beteiligten dazu animieren, von sich aus diese Informationen transparenter und einfacher zugänglich zu machen.

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 erfolgten alle ausschließlich durch den geschäftsführenden Eigentümer als Einlage.

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

Eigenkapitalquote 2021: 52,16 %

Eigenkapitalquote 2022: 35,56 %

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

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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Finanzierung erfolgte ausschließlich durch den Eigentümer Dr. Michael Cölle. Es wurde somit keinerlei Kredit von Banken oder anderen externen Institutionen aufgenommen. Wir

investieren in keine Finanzprodukte oder sonstige Geldanlagen. Unser Ergebnis wird ausschließlich durch unsere operative Leistung generiert.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Obwohl alles in einer Hand ist, kann die Verschuldung bei/mit dem Eigentümer verringert werden, was die EK-Quote erhöht. De facto würde hier keine Änderung in den bestehenden Verhältnissen erfolgen. Ziel ist es den aktuellen Umgang mit Geldmitteln auf gleicher Basis weiter zu führen bzw. die buchhalterische Größe der EK-Quote sukzessive auf ca. 50% zu bringen. Auch in Zukunft soll das Geschäft nur aus Eigenmitteln und ohne jegliche Fremdfinanzierung bewerkstelligt werden.

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): 2021: 46.326,95 Euro; 2022: 58.940,30 Euro

Anlagenzugänge: 2021: 904,91 Euro, 2022: 3.814,39 Euro

Kapitalerträge haben wir nicht. Wie in einer KG üblich wurde das operative Ergebnis mit der Einkommenssteuer des Inhabers voll versteuert.

Im Jahr 2021 war das operative Ergebnis 46.330 Euro, durch den Eigentümer wurden insgesamt 63.000 Euro entnommen.

Im Jahr 2022 war das operative Ergebnis 59.000, durch den Eigentümer wurden 75.000 entnommen. Die positive Liquidität war jeweils gewährleistet und das mit gutem Puffer.

Ansprüche an Kapital- und Geschäftserträge gibt es nur insofern, als dass der Lebensunterhalt des Eigentümers und seiner Familie (4 Personen) daraus abzudecken ist.

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit 2021	48 Tsd. EUR
Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit 2022*	63 Tsd. EUR
Gesamtbedarf Zukunftsausgaben 2021	8 Tsd. EUR
Gesamtbedarf Zukunftsausgaben 2022	6 Tsd. EUR
Getätigte/r strategischer Aufwand/strategische Ausgaben	keine
Anlagenzugänge 2021	0 Tsd. EUR
Anlagenzugänge 2022	0 Tsd. EUR
Auszuschüttende Kapitalerträge	gab keine Kapitalerträge

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Über die Geldmittel, den Stand und die Verwendung herrscht volle Transparenz im Unternehmen.

B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln

Die Geldmittel werden gerecht verteilt. Es wird darauf geachtet, dass die Allokation der Finanzen fair erfolgt.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Wir haben und sehen aktuell keine weiteren Sanierungsmaßnahmen. Wir denken an den Umzug des Büros in ein Gebäude mit besserer Energieeffizienz. Als nichtproduzierendes Gewerbe sind unsere Prozesse in unserer Hand, Fördermittel sind hier nicht notwendig. Da wir weder Fremdfinanzierung annehmen noch Kapital investieren, ist dieser Themenbereich für uns weniger relevant.

Wir unterstützen die Gründung und Arbeit einer Gemeinwohl Bank.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Wir planen den Umzug in ein energieeffizienteres Büro oder Gebäude. Ziel ist es, unsere Energieeffizienz zu steigern. Dieser Schritt wird dazu beitragen, den Energieverbrauch zu senken.

Verbesserungspotenziale: Anstelle von gängiger Büroausstattung könnte man vielleicht auf reine Naturmaterialien wie Holz zurückgreifen.

B3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Unser Geschäftsmodell baut in keiner Weise auf ökologisch bedenklichen Ressourcen auf. Die Ressourcen, die wir vor allem benötigen ist Zeit und menschliche Kreativität sowie Einfühlungsvermögen. Eine gewisse Abhängigkeit besteht im Bereich der Mobilität. Sie braucht es um zu den Menschen zu kommen und persönlich mit ihnen arbeiten zu können.

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 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.

B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme

Es sind keinerlei Übernahmen erfolgt.

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 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 2022) 3 Jahre (Unternehmen vor 7 Jahren gegründet)

Wir haben ein hohes Aufkommen an Weiterbildung: über 600 Std. pro MA und Jahr

Krankheitsquote: Null

Unfallquote: Null

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Der Fokus auf Weiterbildung wurde nochmals deutlich erhöht. Die Stunden der Weiterbildung pro Jahr und Mitarbeiter wurden von 200 auf 600 erhöht.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Wir haben dieses Thema immer im Fokus, da es gleichzeitig Kern unseres Geschäfts und Handeln darstellt. Wir iterieren ständig auf der Basis dessen was ist um es zu verbessern. Dies ist ein kontinuierlicher Prozess, der weiter aufrecht zu erhalten und zu pflegen ist.

C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Alle Rahmenbedingungen fördern ein menschenwürdiges Arbeiten. Der Fokus auf den Menschen und die Grundidee der Arbeitszeit als sinnvolle Lebenszeit sind bei uns immer gegeben. Alles bei uns wird darauf ausgerichtet und kontinuierlich verbessert um die Arbeitsbedingungen zu verbessern, jedem Mitarbeitenden den Raum zu geben um sich bestmöglich entfalten und beitragen zu können.

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Das Einkommen der Person im Unternehmen hängt direkt ab vom Betriebsergebnis. Die wöchentliche Arbeitszeit des Geschäftsführers wird auf ca. 50 Stunden geschätzt. (Anm.: Ich liebe das was ich tue und sehe meinen Beruf als Berufung, die ich gerne und mit Begeisterung in die Welt trage.) Mitarbeiter auf Minijob-Basis bekommen stets ein Gehalt oberhalb des gesetzlich vorgeschriebenen Mindestlohns, Für die duale Studentin ist die max. Arbeitszeit 20 Std. in der Woche (abzüglich Urlaub und Tage für Blockungen und Studienaktivitäten) mit einem Gehalt, das sich mit 945 Euro aus der Übernahme der Studiengebühren und einem Lohn zusammensetzt. Der Stundenlohn lässt sich somit auf ca. 18 Euro abschätzen.

Der Meridianverdienst liegt bei 2.416 Euro (2021) und 2.958 Euro (2022) brutto.

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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Wir haben die maximale Transparenz aller finanziellen Daten, einschließlich der Gehälter, aufrechterhalten. Es wurde sichergestellt, dass diese Informationen kontinuierlich aktualisiert und zugänglich gemacht werden. Diese Praxis wird aktiv gepflegt, um Offenheit und Klarheit zu gewährleisten.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Ziele: Wir streben stets nach maximaler Transparenz, was fortwährende Wachsamkeit und aktiven Austausch erfordert. Insbesondere geht es um Themen, die oft als tabu betrachtet werden. Diese Energie und Bemühungen wollen wir auch weiterhin aufrechterhalten und fördern.

C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Niemand wird ausgebeutet. Alle Angestellten erhalten einen Lohn deutlich oberhalb des Mindestlohns. Die Überlebensfähigkeit des Unternehmens, des Unternehmers sowie der im Unternehmen tätigen Personen ist direkt abhängig von der Profitabilität.

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 des Geschäftsführers wurde 2016 abgegeben - Der Weg zum Büro wird vom Geschäftsführer mit dem Fahrrad oder zu Fuß zurückgelegt Fahrten zum Kunden mit öffentlichen Verkehrsmitteln (Bahn, MVV) oder mit privatem

Carsharing oder Mitfahrgelegenheiten. In 2022 musste durch die spezifischen Kundenaufträge öfters der PKW verwendet werden (was soweit möglich vermieden wurde) Die Kilometerleistung für Fahrten zum Kunden wurde nicht explizit dokumentiert. Mitarbeitende von außerhalb kommen mit dem PKW (E-Auto). Die Anzahl der Tage im Büro wurde reduziert und die Möglichkeit von zuhause zu arbeiten erhöht.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

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

Durch die Erweiterung der Beratungsleistungen durch Online-Formate konnte 2021 das Reiseaufkommen sehr geringgehalten werden. 2022 war die explizite Nachfrage der Kunden nach Präsenz und der Bedarf an intensiver Arbeit in Gruppen in abgelegenen naturnahen Orten so steigend, dass der PKW wieder etwas öfter genutzt werden musste.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Sehe hier die ökologischen Möglichkeiten bereits ideal ausgeschöpft – und besser geht immer. Kontinuierliches Hinterfragen soll aktiv beibehalten und gefördert werden.

Wir setzen auf eine stärkere Reduzierung des Reiseaufkommens. Kunden bieten wir vermehrt Online-Alternativen an. Zudem legen wir ihnen nahe, diese Möglichkeiten zu nutzen.

C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens

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

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Durch unsere Größe ist volle Transparenz und Mitentscheidung gegeben.

Alle Mitarbeitende haben Zugang zu allen Finanzdaten. Über den aktuellen Stand der Projekte und der Unternehmensziele werden wöchentlich alle relevanten Updates geteilt und die Möglichkeit für Fragen gegeben. Wir orientieren uns hier am Sync-Format aus der Selbstorganisation (Holocracy) für maximale Transparenz.

Etwaige Entscheidungsnotwendigkeiten, Information über bevorstehende Entscheidungen an Inhalt und Entscheidungsprozess sowie die dann getroffenen Entscheidungen selbst werden stets transparent gemacht und im Sync thematisiert.

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

Grad der Transparenz: 100%

Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung mit den Mitarbeitenden getroffen werden: ca. 95%.

C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Ein Betriebsrat wird nicht verhindert.

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.

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.

Viele unserer Kunden sind selbst B-Corp zertifiziert.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

s.o.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bisher werden alle unsere Aufträge durch Empfehlungen generiert. Sollten wir uns in Zukunft auch Richtung Marketing oder Akquise orientieren, so werden die hier aufgeführten Kriterien besondere Beachtung finden.

D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen

Wir haben in 2021/22 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.

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. Für diese Vermittlung oder Weitergabe von Aufträgen nehmen wir 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.

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 2021 konnten die Fahrten zum Kunden durch Online-Formate sehr gering gehalten werden. 2022 stieg der Bedarf an Offsite-Workshops mit intensiver persönlicher Arbeit stark an und damit auch die Reisenotwendigkeit. Diesen Aspekt haben wir klar vor Augen und arbeiten ständig daran, diesen Aspekt auch im Dialog mit dem Kunden zu minimieren (z.B. durch Auswahl der Locations und Möglichkeit des Online-Angebots).

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.

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.

Hemmender Nutzen

Wir gehen davon aus, dass unsere Dienstleistung dazu beiträgt das Leben und das Miteinander besser zu machen. Und trotzdem müssen anerkennen, dass es nicht ohne einen ökologischen Fußabdruck wie durch Stromverbrauch oder Reisen zu den Menschen entsteht.

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 | 40 % |
| | • 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 | 90 % |
| | • Hemmender/Pseudo-Nutzen | 10 % |
| | • Negativnutzen | 0.. % |

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Wir erhöhen in unserer Beratung kontinuierlich den Anteil der Themen „regeneratives Business“ und Life-centric economy, die lebensdienliche Organisation“.

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.

Erlöse: 2021: 78.091,39 Euro, 2022: 102.659,05 Euro

Abgaben:

- Ertragssteuern: Der Gesamtüberschuss wird vollständig über die Einkommenssteuer des Inhabers versteuert. Für die Gesellschaft fallen in diesem Sinne keine Zahlung für Ertragssteuern an.
- Lohnabhängige Steuern und Sozialversicherungsbeiträge:
 - Steuern: Es fallen keine Steuern an, da die Mitarbeitenden entweder Mini-Jobber sind oder ein Gehalt an der Geringverdiener Grenze erhalten.
 - Sozialversicherungsbeiträge: 2021: 2.104,92 EURO; 2022: 2.068,65 EURO
- Differenz aus Brutto/Nettolohnsumme: Nicht vorhanden, da (wie oben beschrieben) keine Lohnsteuer anfällt.
- Subventionen: Es wurden keinerlei Subventionen oder Förderungen in Anspruch genommen.
- Wertschöpfung berechnet als Nettoerlöse: 2021: 76.759,48 EURO; 2022: 98.467,66 EURO
- Netto-Abgabenquote: 2021: 2,74%; 2022: 2,1%
Die Nettoabgabenquote resultiert vor allem aus den Sozialabgaben der Teilzeitkraft. Der Gewinn der KG wird mit der EK-Steuer von Herrn Dr. Michael Cölle voll versteuert.

Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Gezielte Förderung ausgesuchter sozialer Projekte.

Spenden vor allem für gemeinnützige Vereine und Organisationen erfolgten meist durch Dr. Michael Cölle persönlich und nicht durch oder unter dem Namen der Firma.

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 Erdwärmepumpe. Der für die Pumpe notwendige Strom wird zum Teil durch Solartechnik selbst erzeugt. Das Haus ist neu mit einem KfW 40 Standard (niedrig-Energie) mit Lüftungsanlage und Wärmerückgewinnung. Gleiches gilt für Warmwasser. Ohne einen konkreten kWh Wert vorlegen zu können ist klar, dass das System aus umweltgesichtspunkten hoch optimiert ist. (Heizung wurde immer auf geringem Wert gelassen – Im Frühjahr/Herbst reicht oftmals die Körperwärme zum Heizen aus).

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 – 2020 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:

Öffentliche Sichtbarkeit Veröffentlichung auf der Website und via LinkedIn verbessert.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

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. Wir sind der Überzeugung, dass der Weg der kontinuierlichen Verbesserungsschritte und das ständig neu Hinterfragen am besten und schnellsten ist.

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 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 hat ein großes Loch gerissen und führt langfristig zu Umsatzeinbrüchen.

Ferner beobachten wir ein immer stärker werdendes Risiko durch stark steigenden bürokratischen Aufwand durch die Behörden.

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

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Für die Erstellung des Berichts wurden sechs 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 und eine Mitarbeiterin. Alle MitarbeiterInnen kennen den Inhalt dieses GWÖ-Berichtes.

Datum: 24.April.2024