

Gemeinwohlabilanz 2019/20



Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Informationen zum Unternehmen	5
Kurzpräsentation des Unternehmens.....	5
Unsere Vision	6
Produkte / Dienstleistungen	6
Das Unternehmen und Gemeinwohl	7
Testat	8
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette.....	9
A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette.....	9
Negativ-Aspekt A1.2 Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette	11
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette.....	12
A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen	12
A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette.....	13
Negativ-Aspekt A2.3 Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen	14
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	14
A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette.....	14
Negativ-Aspekt A3.2 Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette	15
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette.....	16
A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen.....	16
A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette	17
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	18
B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung.....	18
B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung.....	19
B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen.....	20
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln.....	21
B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung	21
Negativ-Aspekt B2.2 Unfaire Verteilung von Geldmittel.....	22
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	23
B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen	23
B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung.....	24
Negativ-Aspekt B3.3 Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen	24
B4 Eigentum und Mitentscheidung	25
B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur	25
Negativ-Aspekt B4.2 Feindliche Übernahme	26
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz.....	27

C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur	27
C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz	29
C1.3 Diversität und Chancengleichheit	30
Negativ-Aspekt C1.4 Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen	31
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	32
C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes	32
C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit	33
C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und Work-Life-Balance	35
Negativ-Aspekt C2.4 Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge	35
C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	36
C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit	36
C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz	37
C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung	38
Negativ-Aspekt C3.4 Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens	39
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	39
C4.1 Innerbetriebliche Transparenz	39
C4.2 Legitimierung der Führungskräfte	40
C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden	41
Negativ-Aspekt C4.4 Verhinderung des Betriebsrates	41
D1 Ethische Kund*innenbeziehungen	42
D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen	42
D1.2 Barrierefreiheit	44
Negativ-Aspekt D1.3 Unethische Werbemaßnahmen	45
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	46
D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen	46
D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen	47
Negativ-Aspekt D2.3 Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen	48
D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen ..	49
D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz)	49
D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz)	50
Negativ-Aspekt D3.3 Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen ..	51
D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz	51
D4.1 Kund*innen-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung	51
D4.2 Produkttransparenz	52
Negativ-Aspekt D4.3 Kein Ausweis von Gefahrenstoffen	54

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	56
E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben.....	56
E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	58
Negativ-Aspekt E1.3 Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen.....	59
E2 Beitrag zum Gemeinwesen	60
E2.1 Steuern und Sozialabgaben.....	60
E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens	61
Negativ-Aspekt E2.3 Illegitime Steuervermeidung	61
Negativ-Aspekt E2.4 Mangelnde Korruptionsprävention.....	62
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen.....	62
E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie	62
E3.2 Relative Auswirkungen.....	64
Negativ-Aspekt E3.3 Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen	65
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung.....	65
E4.1 Transparenz.....	65
Aspekt E4.2: Gesellschaftliche Mitentscheidung.....	66
Negativ-Aspekt E4.3 Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation	66
Ausblick	67
Kurzfristige Ziele.....	67
Langfristige Ziele	67
Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz	68

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Berichtszeitraum: 2019 – 2020
Hinweis: Im Berichtszeitraum hatten wir in 2019 auf die Eintrübung der Wirtschaft in unseren Kernbranchen (Automotive, Maschinenbau), in 2020 auf die Corona Krise zu reagieren. Eine Vergleichbarkeit, insbesondere des Jahres 2020 ist damit nicht möglich.

Firmenname: Yellow Birds Consulting (im Folgenden mit YBC abgekürzt)
 Rechtsform: GmbH & Co. KG
 Eigentumsform: Eigentümergeführt
 Inhaber: Dr. Jens Nitsche (bis 31.12.2020)
 Matthias Rausch

Website: <https://yellowbirds.consulting>
 Branche: Unternehmensberatung
 Firmensitz: Ulm

Gesamtanzahl der Mitarbeitenden: 2
 Vollzeitäquivalente: 2
 Saison- oder Zeitarbeitende: 0

	2018	2019	2020
Umsatz	84 T€	103 T€	22 T€
Jahresüberschuss	49 T€	58 T€	-0,4 T€

Umsatzanteile	2018	2019	2020
Beratung	100%	90%	85%
Coaching	0%	0%	15%
Interim	0%	10%	0%

Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen: keine
 Muttergesellschaft Yellow Birds Consulting Verwaltungsgesellschaft mbH als haftende Gesellschafterin.

Kurzpräsentation des Unternehmens

Motivierte Mitarbeitende sind die Basis des Erfolges.
 Es sind motivierte Menschen, welche Antworten auf die drängenden Fragen unserer Zeit entwickeln und Unternehmen langfristig erfolgreich machen.

Dabei wird die Mehrdimensionalität von Motivation den Menschen immer deutlicher. Es sind nicht mehr nur der sichere Arbeitsplatz, das Firmenfahrzeug und der Jahresbonus welche Menschen antreiben. Immer mehr Relevanz bei der Arbeitgeberwahl bekommen ethische Ausrichtung und Nachhaltigkeit des Unternehmens sowie eine verantwortungsvolle, selbst bestimmte Tätigkeit.

Im Mittelstand ist vieles heute schon sehr gut und Unternehmen müssen sich nicht komplett neu erfinden. Vielmehr gilt es Gutes zu bewahren, manches zu schärfen und nur an den Engpässen, die Veränderung und Motivation verhindern aktiv einzugreifen.

Yellow Birds Consulting begleitet seine mittelständischen Kunden auf dem Weg zur Selbstmotivierenden Organisation. Dabei setzen wir mit werteorientiertem Rahmen auf eine Kombination von Beratungs- und Coachingmethoden.

In 2020 haben wir unser Spektrum um ethische Unternehmensführung erweitert und dafür einen Mitarbeitenden zum Gemeinwohl-Ökonomie Berater qualifiziert.

Unsere Vision

Wir bauen auf eine ökologisch und ökonomisch lebenswerte Zukunft für uns und nachfolgende Generationen.

Wir glauben, dass der Mittelstand hierfür ein wesentlicher Erfolgsfaktor ist.

Wir sind überzeugt, dass dafür eine Veränderung in Denken und Handeln auf einer positiven, menschenorientierten Wertebasis nötig ist.

Wir vertrauen darauf, dass Unternehmer, Führungskräfte und Mitarbeiter willens und fähig sind diesen Wandel zu gestalten.

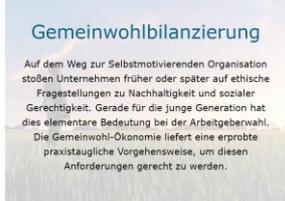
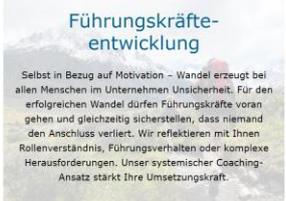
Wir sind sicher, dass die komplexen Herausforderungen nur durch eine gemeinsame Betrachtung von Innovation, Digitalisierung und Transformation zu lösen sind.

Und das dadurch eine Entwicklung von Unternehmen und Menschen in Bezug auf Erfolg, Wissen, Gemeinwohl und Freude möglich wird.

Wir haben die Methodik und die notwendige Wertebasis, um die Veränderung wirksam werden zu lassen.

Produkte / Dienstleistungen

Alle Projekte werden in Form von Beratungsleistungen erbracht. Formal wurden für eine klarere Ansprache Dienstleistungsprodukte entwickelt, Kundenprojekte fokussieren in der Regel, aber nicht primär, nur auf eines dieser Produkte.

 <p>Werteorientierte Führung</p> <p>Ist eine zentrale Grundlage für Motivation. Erst durch ein geteiltes Verständnis von Werten können Mitarbeitende und Führungskräfte gemeinsam und zielgerichtet agieren. Wir begleiten Sie von der Visions- und Strategieentwicklung, über die konkrete Maßnahmenplanung bis hin zu Umsetzung und Reflexion.</p>	 <p>Prozessoptimierung</p> <p>Aus den Methodenkoffern von Agile, Lean, Integral und der Soziokratie erarbeiten wir Hands On und ohne ideologische Einschränkung mit Ihren Teams den passenden Methodenmix. Wir gestalten individuell und bedarfsorientiert schlanke Prozesse und erfolgreiche fachbereichsübergreifende Zusammenarbeit.</p>	 <p>Unternehmenskooperation</p> <p>Technische Excellence, agile Softwareentwicklung und neue Services ganz nah am Kunden. Ohne Kooperation können kleinere Industrieunternehmen diese Spreizung kaum noch leisten. Durch unser Prozess- und Kultur-Matching schaffen wir eine Kooperationskultur als Basis für motivierende Zusammenarbeit und erfolgreiche Unternehmenskooperation.</p>
 <p>Menschzentrierte Digitalisierung</p> <p>Digitalisierung die Werte schafft, fängt beim Menschen an, egal ob es um Transparenz in der Lieferkette, ressourcenschonende Produktentwicklung, Minimierung des Energieverbrauchs oder Erhöhung des Kundennutzen geht. Eröffnet Sie sich neue Möglichkeiten der Gestaltung.</p>	 <p>Gemeinwohlbilanzierung</p> <p>Auf dem Weg zur Selbstmotivierenden Organisation stoßen Unternehmen früher oder später auf ethische Fragestellungen zu Nachhaltigkeit und sozialer Gerechtigkeit. Gerade für die junge Generation hat dies elementare Bedeutung bei der Arbeitgeberwahl. Die Gemeinwohl-Ökonomie liefert eine erprobte praxistaugliche Vorgehensweise, um diesen Anforderungen gerecht zu werden.</p>	 <p>Führungskräfteentwicklung</p> <p>Selbst in Bezug auf Motivation - Wandel erzeugt bei allen Menschen im Unternehmen Unsicherheit. Für den erfolgreichen Wandel dürfen Führungskräfte voran gehen und gleichzeitig sicherstellen, dass niemand den Anschluss verliert. Wir reflektieren mit Ihnen Rollenverständnis, Führungsverhalten oder komplexe Herausforderungen. Unser systemischer Coaching-Ansatz stärkt Ihre Umsetzungskraft.</p>

Ein vollständiger und aktueller Überblick über die Leistungen der YellowBirds findet sich auf der Webseite <https://yellowbirds.consulting>.

Das Unternehmen und Gemeinwohl

2018:

- Mit Gründung des Unternehmens 2018 war es uns wichtig soziale und ökologische Nachhaltigkeit in unsere Arbeit und Unternehmenskultur zu integrieren.
- Nach dem Vortrag von Christian Felber im Stadthaus Ulm haben wir Kontakt zur Regionalgruppe Ulm aufgebaut. Dort arbeiten wir seitdem aktiv in der Fokusgruppe Unternehmen mit.

2019:

- Erstellung der Gemeinwohbilanz. Angestrebt war eine Peer Group Evaluation, welche aber nicht zustande kam. Die Bilanzierung erfolgte mit externer Auditierung.
- Teilnahme Kamingsgespräche bei Taifun Tofu
- Vortrag beim 1. Wissenschaftlichen GWÖ Kongress in Bremen – Thema „Integraler Ansatz zum Umgang mit Hindernissen bei der Implementierung der Gemeinwohbilanz“

2020:

- Teilnahme Gemeinwohl-Ökonomie Unternehmenstag im Januar (Planung, Vorbereitung und Teilnahme als GWÖ bilanziertes Unternehmen in der Ausstellung)
- Matthias Rausch übernimmt ab März 2020 die Rolle Koordinator FG Unternehmen
- Matthias Rausch wird zertifizierter Gemeinwohl-Ökonomie Berater
- Teilnahme & Themengeber bei der GWÖ Sommerwoche 2020
- Technische Moderation der virtuellen GWÖ AK Berater:innen Treffen in 2020
- Technische Begleitung GWÖ BaWü e.V. Mitgliederversammlung

Allgemein:

Viele Bestandteile der Gemeinwohloökonomie sind schon heute keine Utopie, sondern werden in Unternehmen unterschiedlichster Branchen praktisch gelebt. Aber es gibt auch einzelne Aspekte, welche von Unternehmer:innen und auch uns kritisch gesehen werden. Aber die Gemeinwohl-Ökonomie als vollständiges Konzept, eine ökologisch und ökonomisch nachhaltige Wirtschaftsordnung zu realisieren und die eigene Organisation generationengerecht zu entwickeln.

Wie sind überzeugt, für die Themen, für welche wir heute noch keine Lösung haben oder die für uns nicht vorstellbar sind, finden sich auf dem Weg in diese Zukunft überraschende Antworten.

Für uns ist die Gemeinwohbilanzierung das zentrale Element unserer Organisationsentwicklung. Sie dient gleichwohl zur Reflexion als auch zur Dokumentation unserer Entwicklung.

Kontaktperson:

Matthias Rausch

Geschäftsführender Gesellschafter

+49 173 666 3 111

matthias.rausch@yellowbirds.consulting

Testat



GEMEINWOHL
ÖKONOMIE Ein Wirtschaftsmodell mit Zukunft

Bilanzierendes Unternehmen mit externem Audit

Testat:	Externes Audit	Gemeinwohl-Bilanz	Yellow Birds Consulting GmbH & Co. KG
----------------	-----------------------	--------------------------	--

M5.0
Vollbilanz

2020

Auditor*In:
Regina Soergel

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berührungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 10 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 20 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 30 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 10 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 30 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 30 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 30 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 20 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 40 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 0 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 10 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 80 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 30 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 40 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 40 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 40 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 20 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 30 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 50 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 40 %

Testat gültig bis:
31. Mai 2023

BILANZSUMME:
280

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0.
 TestatID: **3h5eb**
 Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf www.ecogood.org

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette



A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

Das Thema Zukauf von Produkten und Dienstleistungen hat für YBC als Dienstleistungsunternehmen nur eine sehr geringe Relevanz. Wesentliche soziale und ökologische Risiken bestehen angesichts des geringen Einkaufsvolumens nicht.

Grundlegende Leitplanken wurden in der Ethikrichtlinie festgeschrieben (siehe <https://yellowbirds.consulting/ethik/>¹).

2018 wurden Entscheidungskriterien für eine Lieferantenauswahl formuliert. Sie erfolgt nach den folgenden Kriterien:

- GWÖ Bilanzierung
- Zertifizierung Nachhaltigkeit
- ISO 14001
- CO₂ Neutralität
- **Lokaler Anbieter**
- Kosten / Nutzen Aspekte

Es handelt sich um keine streng hierarchische Auswahl. Der Punkt Lokalität hat für uns als regional tätiges Unternehmen einen höheren Stellenwert. Bei den einzelnen Beschaffungsvorgängen wird fallspezifisch entschieden.

Der größte Beschaffungsblock sind eingekaufte Dienstleistungen unterschiedlicher Experten, in den letzten Jahren insbesondere für die Abwicklung der ausgelagerten Buchhaltung und Steuerverwaltung.

Weitere größere Kostenblöcke sind Miete der Geschäftsräume und Shared Services im Office. Das Büro wurde im Juni 2020 gekündigt, da sich im Rahmen der Corona Krise gezeigt hat, dass wir den Großteil der Termine auch online durchführen können. Geblieben ist eine assoziierte Mitgliedschaft beim Vermieter, was uns ermöglicht spezifische Shared Service zu nutzen und zum Beispiel bedarfsgerecht ein großes Besprechungszimmer für Kundenveranstaltungen zu nutzen.

Für die Reisen zu Klienten werden das Auto und öffentliche Verkehrsmittel eingesetzt. ÖPNV wird unter der Maßgabe zeitlicher Vertretbarkeit priorisiert.

Wir beschaffen Lebensmittel (Kaffee, Tee) für den Office-Verbrauch mit Fairtrade Siegel. Auch im privaten Umfeld der Gründer werden soweit möglich faire oder Bio Produkte eingesetzt. Gegebenenfalls höhere Kosten werden hier explizit in Kauf genommen.

¹ zur einfacheren Auditierung findet sich die Richtlinie im Anhang

GuV Nummer	Ausgabenposten	Kosten 2018	Kosten 2019	Kosten 2020	% vom Einkaufsvolumen	Erläuterung
4.a	Raumkosten	3.544,17 €	9.966,93 €	5.926,48	21,7	Bürofläche in einem Gründerzentrum. Im Kostenblock sind Strom, Wasser, Internet enthalten.
4.b	Versicherungen, Beiträge, Abgaben	213,00 €	1.203,96	813,05	3	
4.c	Reparaturen und Instandhaltung	977,58 €	1.533,81	1.905,85	7	
4.d.1	Werbekosten	6.262,15 €	2.611,52	2.725,58	10	Logo und Markenentwicklung mit lokalen Dienstleistungspartnern
4.d.2	Reisekosten	8.107,08 €	8.872,46	512,68	1,9	
4.e	verschiedene Kosten	12.387,89 €	13.388,85	10.031,15	36,8	
davon	Weiterbildung	330,00 €	2871,78	1.225,01	4,5	
	Beratungskosten	5.610,71 €	6022,81	4.150,00	15,2	insbesondere Gründungs-kosten, Steuer- und Finanzservices.
	Bürobedarf	604,79 €	431,84	0,00	15,1	
	Summe	32.096,66	38.009,37	21.914,79	100,0%	

Die sechs größten Zulieferer 2020	In Anspruch genommene Leistung	Anteil am Beschaffungsvolumen	GWÖ Bilanziert	Nachhaltigkeitszertifikat	ISO 14001	CO ₂ neutral	Lokal	Kosten/Nutzen
TFU GmbH	Büromiete inklusive Serviceleistungen (Internet, Hausmeisterdienste)	35,07 %				X	X	
Fischer & Sigel	Buchführungs- und Steuerberatungsleistungen	17,02 %					X	
BCU	Unterstützung Akquise	7,94%				X	X	
RW Consulting	GWÖ Ausbildung	7,01%	X					
Weclapp	Cloud ERP System	4,17%						X
Consit	IT Dienstleistungen	4,16%					X	

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Ethikrichtlinie erweitert
- Einkaufskriterien entwickelt und Lieferanten im ERP System klassifiziert

- Einladung und Teilnahme Vermieter & Finanzpartner zum GWÖ Unternehmenstag 2020
- Umstellung Literatur von Amazon auf regionalen GWÖ-nahen Buchhandel

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Kontinuierliche Umstellung auf GWÖ bilanzierte Lieferanten, da eine umfangreiche Lieferantenentwicklung für ein kleines Unternehmen nicht möglich ist.

Selbsteinschätzung:

Erste Schritte 1

Negativ-Aspekt A1.2 Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Verpflichtende Indikatoren

	2018	2019	2020
Anteil eingekaufter ethisch riskanter Produkte	0%	0%	0%

Aufgrund des sehr geringen Einkaufsvolumens gibt es keine besondere Gefährdung der Menschenwürde in der Zulieferkette.

Soweit möglich setzen wir auf lokale Anbieter, zu welchen wir einen persönlichen Kontakt aufbauen können. Teilweise beschaffen wir noch über Onlinekanäle, z.B. Amazon. Bei Amazon kann die Menschenwürde in Bezug auf die beschäftigten Mitarbeiter nicht sichergestellt werden.

Im Umfeld der Beschaffung von IT Hard- und Software kann dies ebenfalls nicht sichergestellt werden. Der aktuelle Ansatz sind für eine Beratung seltene Tauschzyklen (> 4 Jahre) von Hardware und der Einsatz von lokalen Dienstleistern für die Betreuung. Die aktuell genutzten Geräte wurden von uns privat in das Unternehmen eingebracht.

Wir beobachten die Anbieter von fairer Hardware (insb. Shift) und verfolgen die Einschätzung von Greenpeace zu nachhaltigem IT Equipment:

<https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/20171016-greenpeace-guide-greener-electronics-englisch.pdf>

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

- Reduzierung Einkaufsvolumen Amazon

Verbesserungspotenziale:

- Vollständiger Verzicht auf kritischen Onlineversandhandel

Bewertungsstufe

Keine Abzüge

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette



A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen

Mit unseren Lieferanten pflegen wir eine faire Partnerschaft auf Augenhöhe.

Wir akzeptieren die von Partnern vorgeschlagenen Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen. Ist der Wert der Leistungen aus unserer Perspektive mehr wert, weisen wir darauf hin. Dies gilt insbesondere in der Zusammenarbeit mit Experten in konkreten Projekten.

Werden Partner in Projekten eingesetzt erfolgt eine Abstimmung über die zum Kunden verrechneten Tagessätze und die Zahlung an den Partner im Dialog und im Konsens. Je nach Projektsituation wird mit dem Partner eine Projektvermittlungsgebühr bis max. 10% vereinbart.

Für freie Mitarbeitende wurde ein Kooperationsvertrag entwickelt, welcher nach 12-monatiger erfolgreicher Zusammenarbeit die Option eingeräumt, sich analog zu Mitarbeitenden am Unternehmen zu beteiligen.

Kreditorenrechnungen werden umgehend ohne Abzug von Skonto gezahlt.

Es hat keine Zufriedenheitsumfrage bei den Lieferanten stattgefunden. Ebenso gab es keine Lieferantenreklamation.

Verpflichtende Indikatoren

	2018	2019	2020
Dauer der Geschäftsbeziehung / Jahren	0,5	1,5	2,0
Anteil an Wertschöpfung thematisiert: 0%	< 1%	< 1%	< 1%

Sehr geringes Beschaffungsvolumen im relevanten Produktspektrum vorhanden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Entwicklung Ethikrichtlinie
- Entwicklung Kooperationsvertrag

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Prozess entwickeln, wie gezielt A2 mit unseren Lieferanten abgestimmt werden kann
- Thematisierung mit unseren Lieferanten
- Umstieg auf Lieferanten bei welchen A2 stärker ausgeprägt ist

Selbsteinschätzung:

Fortgeschritten 2

A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette

Verpflichtende Indikatoren

	2018	2019	2020
Beschaffungsanteil gelabelter Produkte: 0%	0%	0%	0%
Anteil Lieferanten A2 thematisiert: 0%	-	-	-

Sehr geringes Beschaffungsvolumen im relevanten Produktspektrum vorhanden.

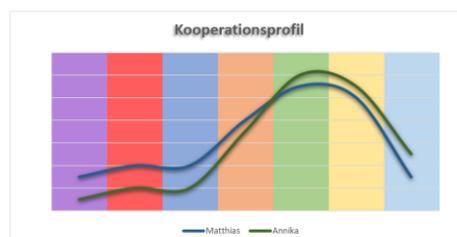
Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette wurde bislang auf sehr niedrigem Niveau bearbeitet.

In der Ethikrichtlinie sind klare Regeln gegen Kinderarbeit und angemessene Entlohnung enthalten. (<https://yellowbirds.consulting/ethik/>) Diese beinhaltet insbesondere auch eine Regelung für Vermittlungsdienstleister, welche max. 25% des realisierten Umsatzes nicht an den Leistungserbringer weitergeben dürfen.

Durch die Auswahl von regionalen Dienstleistungspartnern reduzieren wir diesbezüglich Risiken aufgrund der hohen Arbeitsstandards in Deutschland und unsere persönliche Beziehung zu den Partnern.

In 2020 wurde für Kooperationspartner ein Werte-Matching entwickelt, mit welchem wir sicherstellen, dass ähnliche Werte verfolgt werden. Außerdem helfen uns diese gemeinsamen Werte in Spannungssituationen im Projekt nach gemeinsamen Lösungen zu suchen.

Mit Annika verbindet Matthias von den Yellow Birds der Wille zur Eigenverantwortung, pragmatisches, effektives und werteorientiertes Handeln sowie der faire und authentische Umgang mit unseren Kunden.



Wir beschaffen Lebensmittel (Kaffee, Tee) für den Office-Verbrauch mit Fairtrade Siegel. Auch im privaten Umfeld der Gründer werden soweit möglich faire oder Bio Produkte eingesetzt. Gegebenenfalls höhere Kosten werden hier explizit in Kauf genommen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Entwicklung Werte-Matching mit Projektpartnern

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Aktuell keine weiteren Maßnahmen geplant

Selbsteinschätzung:

Fortgeschritten 2

Negativ-Aspekt A2.3 Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Es ist keine eigene Marktmacht vorhanden. Im Berichtszeitraum gab es keine Hinweise auf Schwierigkeiten mit unseren Zahlungs- und Lieferbedingungen. Es gab ebenfalls keine Beschwerden.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

- Keine Maßnahmen realisiert

Verbesserungspotenziale:

- Aktuell keine Verbesserungen geplant

Selbsteinschätzung:

Keine Abzüge

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette



A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Verpflichtende Indikatoren

	2018	2019	2020
76, Anteil ökologisch höherwertig	0%	0%	7%
Anteil Lieferanten die zur Reduktion beitragen Anzahl / % Ek-Volumen	-	-	3 / 45%

Als Dienstleistungsunternehmen sehr geringe Relevanz des Themas.

Die Auswahl der beschafften Produkte und Leistungen erfolgt nach den in A1 formulierten Kriterien. Aufgrund des sehr geringen Beschaffungsvolumens für Produkte favorisieren wir lokale Anbieter, um damit die ökologische Belastung durch physischen Transport zu reduzieren.

Dienstleistungsbeschaffungen werden so konzipiert, dass der Abruf der Dienstleistung remote funktioniert und keine Fahrten durch den Dienstleister notwendig werden. Dies betrifft aktuell alle Dienstleistungspartner.

Durch Einmietung in das kooperatives Bürokonzept der TFU in Ulm können Flächenkosten geringgehalten werden. Eine Klimatisierung der Räumlichkeiten ist nicht vorhanden. Die Büroeinrichtung wurde mit Second Hand Möbeln ausgestattet. Mit dem Vermieter wurde sowohl die Gemeinwohl-Ökonomie als auch der CO₂-Fußabdruck diskutiert. Der Vermieter hat sich 2020 der Allianz für Klima und Entwicklung angeschlossen und CO₂ neutral gestellt.

Mitte 2020 wurden die Büroräume gekündigt. Die Leistungserbringung erfolgt seitdem aus dem Homeoffice. Beide Gründer setzen auf 100% Ökostrom im Homeoffice.

Wir setzen wiederauffüllbare Moderationsstifte und Recycling Papiere für unsere Arbeit ein. Da in 2020 sehr viele Workshops online stattgefunden haben, hat sich auch dieser Posten reduziert, da auf virtuellen Whiteboards gearbeitet wurde.

Die entstehenden ökologischen Belastungen werden erfasst. Ein Ausgleich findet jährlich statt. Im Homeoffice wird Ökostrom eingesetzt. Im Berichtszeitraum hat einer der beiden Geschäftsführer auch für das private Umfeld einen CO₂-Fußabdruck erstellt und ausgeglichen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Berücksichtigung ökologischer Aspekte in der Erstausrüstung
- Ansprache des Vermieters in Bezug auf erneuerbare Energien und regionale Wasserversorgung
- Vermieter hat sich CO₂ neutral gestellt
- Einsatz von Graspapier wurde geprüft, aufgrund der in der CI verwendeten Farbe gelb ist ein Einsatz aktuell nur schwer vorstellbar
- Umstellung verschiedener Papierbasierter Methoden auf digitale Tools

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Ausweitung der Online Tools zur Workshopdurchführung in Hinblick auf ökologischere Alternativen (z.B. Klimaneutrales Rechenzentrum)

Selbsteinschätzung:

Fortgeschritten 3

Negativ-Aspekt A3.2 Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Verpflichtende Indikatoren

	2018	2019	2020
Anteil Produkte mit sehr hoher Umweltauswirkung	0%	0%	0%

Es gilt die bereits in A1 formulierte Ausnahme bei der Beschaffung von IT Hard- und Software und Reisetätigkeiten. Aufgrund des sehr geringen Umfangs und der fehlenden Alternativen wird an dieser Stelle auf eine ausführliche Behandlung verzichtet.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

- Keine Maßnahmen realisiert

Verbesserungspotenziale:

- Aktuell keine Verbesserungen geplant

Selbsteinschätzung:

Keine Abzüge

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette



A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen

Durch unsere Gemeinwohlbilanz ermöglichen wir unseren Lieferanten einen sehr tiefen Einblick in unser Unternehmen. Mögliche Projektpartner erfahren durch das Werte-Matching zusätzlich viel über unsere Haltung und Denkweise. Das ermöglicht Ihnen mit sehr vollständigen Informationen über eine Zusammenarbeit zu entscheiden.

Werden Partner in Projekten eingesetzt erfolgt eine Abstimmung über die zum Kunden verrechneten Tagessätze und die Zahlung an den Partner im Dialog und im Konsens. Je nach Projektsituation behalten wir dabei eine Vermittlungsgebühr von max. 10% ein. Dies liegt deutlich unter dem marktüblichen Satz. Bei kooperativen Projekten wird auf eine Vermittlungsgebühr verzichtet. Innerhalb des Berichtszeitraums ist das im Rahmen von Angeboten zweimal zum Tragen gekommen. Der Partner ist dabei von Anfang an vollumfänglich in die Preis-/Kostenentscheidung des Projektes integriert.

Durch unsere offene Kommunikation und die partizipative Arbeitsweise regen wir unsere Partner in Ihrem eigenen Bewusstseinsprozess an. Es wäre vermessen davon auszugehen, dass wir dadurch einen sehr hohen Einfluss auf deren eigene Denk- und Arbeitsweise haben.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Ethikrichtlinie erstellt
- Integration in Konzept-/Preis-/Kostenentwicklung für kooperative Beratungsprojekte
- Werte-Matching erstellt

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Prozess entwickeln, wie gezielt A4 mit unseren Partnern abgestimmt werden kann
- Thematisierung mit unseren Partnern
- Umstieg auf Partner bei welchen A4 besser ausgeprägt ist

Selbsteinschätzung:

Erste Schritt 1

A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette

Verpflichtende Indikatoren

	2018	2019	2020
Anteil ökologisch höherwertig	0%	0%	0%
Anteil Lieferanten transparenter Umgang Anzahl / % Ek-Volumen	0 / 0 %	2 / 0 %	3 / 0 %

Bei unseren Hauptlieferanten setzen wir auf lokale, idealerweise persönlich bekannte Lieferant:innen und Projektpartner. Im Dialog sprechen wir dabei themenbezogen auch unsere Perspektive der Gemeinwohl-Ökonomie an. Drei Beratungspartner haben sich dadurch bereits intensiver mit der GWÖ beschäftigt, einer davon spielt mit dem Gedanken ebenfalls eine Gemeinwohl-Bilanz zu erstellen.

Eine explizite Prüfung oder Sanktionierung findet aktuell nicht statt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Austausch mit zwei Projektpartnern zur GWÖ
- Einladung zum GWÖ Unternehmenstag

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Kontinuierliche Weiterverfolgung des Dialoges

Selbsteinschätzung:

Erste Schritte 1

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung



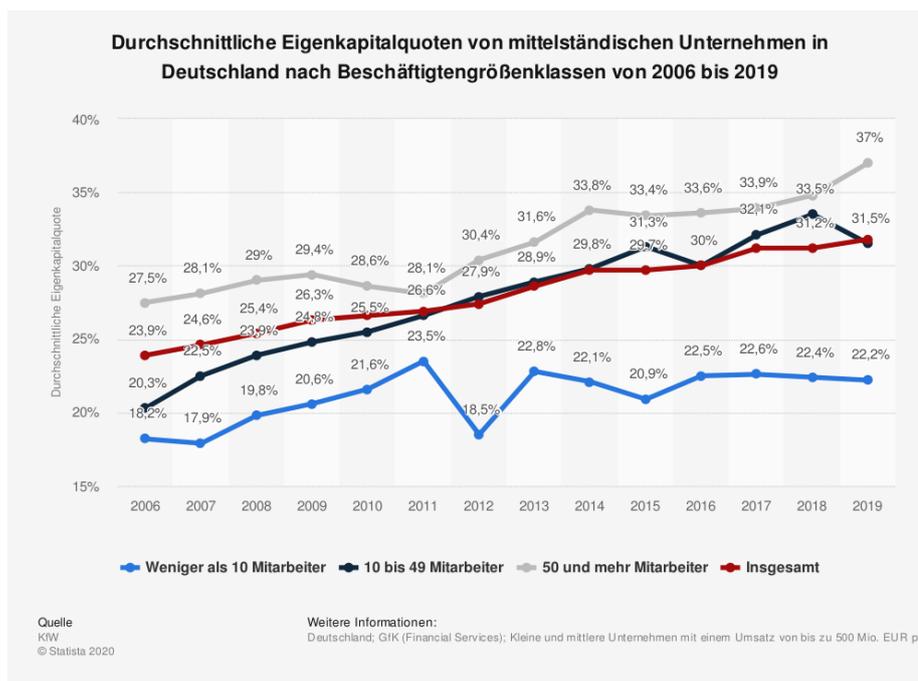
Verpflichtende Indikatoren

	2018	2019	2020
Eigenkapitalquote	33,7%	42,3%	76,1%***
Fremdfinanzierung	0%	0%	0%
Eigenkapitalanteil Branche*	22,6	22,2	-**

* Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche: Keine aussagekräftige Statistik vorhanden. In Hinblick auf mittelständische Unternehmen liefert folgende Statistik eine durchschnittliche EK-Quote von 22,6 % bei Unternehmen kleiner 10 Mitarbeiter (blaue Linie)

** Noch keine Statistikzahlen 2020 verfügbar

***Eigenkapitalquote in 2020 nicht aussagefähig, da coronabedingt kein regulärer Geschäftsbetrieb



Quelle: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/150148/umfrage/durchschnittliche-eigenkapitalquote-im-deutschen-mittelstand/>

YBC ist eine GmbH & Co. KG. Die haftende Gesellschafterin Yellow Birds Consulting Verwaltungsgesellschaft mbH ist ebenfalls eigenkapitalfinanziert und im Besitz von Jens Nitsche und Matthias Rausch.

Die GmbH selbst besitzt keine Kommandit-Anteile. Alle Anteile liegen bei den Gründern Jens Nitsche und Matthias Rausch.

20% des Ertrages werden jährlich im Unternehmen belassen. Dies ist im Gesellschaftervertrag geregelt.

Das Stammkapital der KG ist vollständig, das der GmbH zu 50% gemäß den gesetzlichen Regelungen eingebracht. Für Kunden entsteht hier kein Risiko, da die Inhaber für die noch offene Einlage privat bürgen.

Im Jahr 2020 hat sich die Eigenkapitalquote verschlechtert, da der Geschäftsbetrieb im Krisenjahr aus der Substanz finanziert wurde.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Keine gesonderten Maßnahmen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Vollständige Einzahlung des GmbH Stammkapitals

Selbsteinschätzung

3 Fortgeschritten

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

Verpflichtende Indikatoren

	2018	2019	2020
Fremdkapitalanteil	0%	0%	0%
Finanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart	-	-	-

Es sind keine externen Kredite vorhanden. Die Corona Krise wurde ohne Fremdkapital und ohne den Zugriff auf die Soforthilfe Programme des Bundes überstanden.

Sowohl angestellten als auch freien Mitarbeitenden wird ermöglicht, sich an der KG zu beteiligen, siehe Auszug Bewerbungsgesprächsleitfaden. Dies wird aktuell nicht in Anspruch genommen.

Beteiligung



- Beteiligung an der KG steht allen Mitarbeitern offen
- Beteiligung über Einlage oder Gehaltsumwandlung (einmal jährlich)
- Feste Verzinsung der Einlage mit Leitzins EZB+5%
- Maximale Einlage 50% der durchschnittlichen Einlage der Gründer, aktuell 4.800 €
- Bei Kündigung Rückzahlung der Einlage OHNE Beteiligung an unternehmerischer Wertsteigerung

Hinweis: Einlagen sind Haftungskapital des Unternehmens

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Beteiligungsmöglichkeit für Beschäftigte erarbeitet

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Erste Mitarbeiter*in zur Beteiligung motivieren

Selbsteinschätzung

Fortgeschritten 3

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen

Bankkonto und Kreditverwaltung laufen über die lokale Sparkassenfiliale in Ulm. Der Bankverkehr erfolgt online.

Unsere Entscheidung für die Sparkasse Ulm basiert auf dem in der Sparkassen Satzung festgeschriebenen regionalen Engagement für Soziales, Bildung, Arbeit, Umwelt und Kultur. Unsere Büroräumlichkeiten im Gründerzentrum der TFU sind unter anderem von der Sparkasse gefördert. Als regionale Unternehmensberatung ist dieser Aspekt für uns sehr wichtig.

Die Sparkasse hat sich durch Ausgleichsmaßnahmen CO₂ - neutral zertifiziert und reicht 2019 den gesetzlich geforderten DNK Nachhaltigkeitsbericht ein. Eine umfangreiches Fehlverhalten (z.B. Unterstützung bei Steuerhinterziehung) ist nicht bekannt.

Die Finanzprodukte der Sparkasse in Richtung nachhaltiger Anlage wurden geprüft. Es sind unterschiedliche nachhaltige Anlageformen vorhanden. Gleichwohl erscheinen uns die Kriterien nicht ausreichend genug. Sind ausreichend Finanzmittel für eine mittel- bis langfristige Geldanlage vorhanden, erfolgt dies in einer ethischen Bank.

Ein Wechsel zu einer ethisch anerkannten Bank macht für uns aktuell keinen Sinn, da die positiven Effekte in Bezug auf Verwendung der Einlagen unter anderem Reisetätigkeiten für die Kreditvergabe gegenüberstehen.

Auch die Möglichkeit einen gesellschaftlich breiten Wandel durch die Gespräche mit der Bank zu unterstützen und nachhaltige ethische Produkte einzufordern entfallen bei einem Wechsel. So wurden die Themenfelder der GWÖ mit dem Geschäftskundenansprechpartner bereits intensiv diskutiert und das positive Beispiel SPARDA Bank München eingebracht.

Wir nutzen keine spekulative Anlageformen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Erster Dialog mit der Sparkasse in Hinblick Nachhaltigkeit, GWÖ geführt
- Anfrage GLS Bank erfolgt. Zum Zeitpunkt der Anfrage, war die GLS Bank ausgelastet und hat um Verschiebung des Gesprächstermins ins Jahr 2021 gebeten.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- ggf. Wechsel zu einer Gemeinwohlorientierten Bank (<https://utopia.de/ratgeber/alternative-gruene-bank/>)

Selbsteinschätzung

Fortgeschritten 3

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln



B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

Verpflichtende Indikatoren

	2019 in T€	2020 in T€	Bemerkung
Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit	57,9	-0,4	
Gesamtbedarf Zukunftsausgaben	30	15	Kalkulation über 5 Jahre. Reduzierung durch Austritt eines Gründers ab 2021
Getätigte/r strategischer Aufwand/strategische Ausgaben Tsd. EUR	2,8	1,2	
Anlagenzugänge	0	0	
Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn)	11,4	0	
Auszuschüttende Kapitalerträge	46,5	0	inkl. Anteil für persönlich haftende Gesellschafterin

Unternehmenserträge werden wie folgt eingesetzt. Dies wird Bewerbern bereits so kommuniziert (siehe Auszug Bewerber*in Unterlage)

Gehaltsbestandteile



- Beteiligung am Unternehmenserfolg wird wie folgt berechnet.
 1. 20% verbleiben im Unternehmen
 2. 10% als Haftungsentschädigung/VG an GmbH
 3. Aufstocken der Geschäftsführungsgehälter auf durchschnittliches Mitarbeitergehalt
 4. Beteiligungsquote BQ berechnen. (MA mit Beteiligung / MA ohne) Aufteilen des verbleibenden Ertrages
 1. BQ+10% wird an Beteiligte gemäß Ihrer Einlage aufgeteilt
 2. BQ-10% wird an Mitarbeiter ohne Beteiligung gleichmäßig aufgeteilt
 5. Auszahlung erfolgt mit Märzgehalt des Folgejahres. (Wandlung in Beteiligung mgl.)
- Bei unterjährigem Eintritt / Austritt erfolgt Auszahlung anteilig.



- 20% verbleiben als Eigenkapitalstärkung im Unternehmen.
- 10% gehen als Haftungsvergütung an die GmbH.
- Mit den verbleibenden 70% wird zuerst das Unternehmergehalt auf das Durchschnittsgehalt der Mitarbeiter aufgestockt.
- Der verbleibende Rest wird an alle Beschäftigte verteilt.

- Dabei erhalten beteiligte Beschäftigte einen höheren %-Satz als unbeteiligte. Diese Verteilung wird mit Einstellung neuer Mitarbeiter angepasst. Für dieser Veränderung sind alle Beschäftigten verantwortlich.
- Beteiligte Mitarbeiter (inkl. Gründer) erhalten Ihre Einlage mit EZB Leitzins + 5% verzinnt.

Aktuell erfolgt eine detaillierte Planung und Steuerung der Zukunftsausgaben im Berichtszeitraum nicht in einem eigenständigen Dokument. Der Großteil der notwendigen Infrastrukturen und Arbeitsmittel der Yellowbirds wird über Mietmodelle beschafft. Dies gibt und eine sehr hohe Flexibilität in der Entwicklung der Organisation. Diese Kosten sind in einer Jahresplanung vorhanden und werden kontinuierlich mit dem Monatsende betrachtet. In Abhängigkeit der Ergebnislage, werden dann finanzielle Zukunftsausgaben freigegeben.

Eine Neuverschuldung für Zukunftsausgaben wird explizit ausgeschlossen.

Für die seitens der Bilanzierung vorgesehenen Struktur gibt es folgende Maßnahmen:

- Verbesserung und Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen
Unsere Businesskalkulation sieht 20% der verfügbaren Arbeitszeit dafür vor.
- Bindung von Kund*innen
Bindung der Kunden erfolgt durch hervorragende Projektleistungen. Für Kunden, welche aufgrund des abgerufenen Projektvolumens zusätzliche Rabatte vergeben werden, ist dies ebenfalls in der Businesskalkulation berücksichtigt.
- Gewinnung neuer Kund*innen / Erschließung neuer Märkte
Die Businesskalkulation sieht 10% der verfügbaren Arbeitszeit dafür vor.
- Personalaus- und Weiterbildung
Pro Mitarbeiter sind 3T€ p.a. Weiterbildungsbudget geplant. Alle Mitarbeiter erhalten die Möglichkeit ein Coaching nach dem St. Galler Coaching Modell zu durchlaufen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Keine Maßnahmen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Aktuell keine Maßnahmen geplant

Selbsteinschätzung:

Fortgeschritten 3

Negativ-Aspekt B2.2 Unfaire Verteilung von Geldmittel

Wir bestätigen eine faire Verteilung der Geldmittel. Es wurden keine Standorte verlagert, keine Arbeitsplätze abgebaut und keine Kapitalerträge an nicht im Unternehmen tätige Gesellschafter ausbezahlt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Keine Maßnahmen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Aktuell keine Maßnahmen geplant

Selbsteinschätzung:

Keine Abzüge

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung



B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen

Verpflichtende Indikatoren

Im Berichtszeitraum gab es keine nennenswerten Investitionen.

	in T€	Bemerkung
Investitionsplan inkl. ökologischer Sanierungsbedarf	0,0	
Realisierung der ökologischen Investitionen	0,0	
Summe	0,0	

Als Dienstleistungsunternehmen können insbesondere folgende Themen in Zukunft relevant werden:

- Bürofläche
Auf Sicht keine Investition vorgesehen
- Firmenfahrzeuge:
Aktueller Entscheidungsstand: Fahrzeuge werden nicht über das Unternehmen beschafft und verwaltet. Die betrieblich genutzten Privat PKW werden bis an das Ende Ihres Lebenszyklus gefahren, dies erscheint uns aufgrund der überschaubaren Kilometerleistungen deutlich nachhaltiger zu sein, als eine Investition in ein neues E-Fahrzeug. Gleichzeitig ermöglicht es uns die dortigen Technologiesprünge auszunutzen.

Das Betriebsmodell der YellowBirds benötigt annähernd keine Investitionen in Anlagen. Benötigten Infrastrukturelemente werden über Mietmodelle bezogen. Dadurch wird der Hardware Nutzungsgrad, insb. bei IT-Systemen deutlich erhöht, da wir auf geteilte Hardware Ansätze setzen. Außerdem ermöglicht dies bedarfsorientiert einen Umstieg auf ökologisch vorteilhaftere Produkte.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Keine Maßnahmen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Aktuell keine Maßnahmen geplant

Selbsteinschätzung:

Fortgeschritten 3

B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung

Verpflichtende Indikatoren

Im Berichtszeitraum gab es keine nennenswerten Investitionen.

	in T€	Bemerkung
Finanzierte Projekte	0,0	
Fonds-Veranlagungen	0,0	
Summe	0,0	

Im Rahmen des Themas Investition in eine ökologische Zukunft wurde mit den CO₂ Ausgleichsmaßnahmen folgende ökologischen Projekte unterstützt:

Finalisiert	Kunde	Auftragsnummer	kg CO ₂ EUR/t	Compensation	Total (EUR)
ClimatePartner-ID Projektnummer	Auftrag Klimaschutzprojekt				
14.01.2019	Yellow Birds Consulting GmbH & Co. KG		6.000	72,00	72,00
13013-1901-1001	Klimaneutrales Unternehmen 2018		12,00		
1032	Waldschutz, April Salumel, Papua-Neuguinea				
14.01.2019	Yellow Birds Consulting GmbH & Co. KG		6.000	114,00	114,00
13013-1901-1001	Klimaneutrales Unternehmen 2018		19,00		
1048	Regionale Projekte, Oberallgäu, Deutschland				
Summe	2 Aufträge		12.000	186,00	186,00

Aktuell verfügt YBC nicht über ausreichend Mittel, diese in Geldanlagen zu investieren. Erste Gespräche mit der regionalen Sparkasse haben ergeben, dass die dortigen Finanzprodukte nicht unseren Ansprüchen genügen. Mittelfristig werden daher Finanzprodukte einer ethischen Bank gewählt. Eine Investition in nicht nachhaltige Fonds wird ausgeschlossen.

Wir unterstützen im Crowdfunding Initiativen im Rahmen unserer Möglichkeiten.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Über Crowdfunding unterstützt
 - Regionaler Unverpacktladen mit 150,- €
 - GWÖ Buch »24 wahre Geschichten...« des oekom Verlages mit 26,-€
 - Demokratiefestival 21/06/20 mit 200,- €

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Tatsächliche Messung von investierter Arbeitszeit in ehrenamtliche Tätigkeiten.

Selbsteinschätzung:

Fortgeschritten 2

Negativ-Aspekt B3.3 Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Wir bestätigen keine Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen. Im Rahmen der Reisetätigkeiten wird stark auf den öffentlichen Nahverkehr gesetzt. Ein vollständiger Verzicht auf fossile Energieträger würde bedeuten, dass einige Kunden nur noch remote unterstützt werden können, da die Nahverkehrsverbindungen zu schlecht sind.

Ein Umstieg auf ein E-Fahrzeug kommt aufgrund dessen unklaren ökologischen Auswirkungen (z.B. seltene Erden, Entsorgung Akku,...) aktuell nicht in Betracht.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Verstärkter Einsatz von Onlinemeetings

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Aktuell keine Maßnahmen geplant

Selbsteinschätzung:

Keine Abzüge

B4 Eigentum und Mitentscheidung



B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

Verpflichtende Indikatoren

Eigenkapitalverteilung	in %	Bemerkung
Unternehmer*innen	100%	zu gleichen Anteilen
Führungskräfte	0%	
Mitarbeiter*innen	0%	Eine Beteiligung wird angeboten, aktuell mangels Mitarbeiter noch nicht genutzt.
Kund*innen	0%	
Lieferant*innen	0%	
weiteres Umfeld	0%	
nicht mittätige Kapital-Investor*innen	0%	
Summe	100%	

YBC finanziert sich zu 100% aus Eigenkapital, d.h. aktuell gibt es keine Kredite oder Minus-Konto-Stände. Alle Gründer sind im Unternehmen tätig. Sie sind jeweils zu gleichen Anteilen an der GmbH und an der KG beteiligt.

In der KG haben alle Mitarbeiter die Möglichkeit sich am Unternehmen zu beteiligen (nach Probezeit, freie Einlage oder Umwandlung Ertragsanteil.) Die Beteiligung ist auf max. 50% der durchschnittlichen Einlagen der Gründer begrenzt.

In der KG wird die Einlage von Gründern und Mitarbeitern festverzinst mit Leitzins EZB + 5%. Bei Austritt aus dem Unternehmen wird nur die Einlage zurückgezahlt. Die Wertsteigerung des Unternehmens verbleibt im Unternehmen.

Die Beteiligung durch Mitarbeitende ist freiwillig und die Bereitschaft zur Verantwortungs- und Haftungsrisikoübernahme wird entsprechend honoriert. Die Beteiligung an Entscheidungen ist aktuell noch formal im Gesellschaftervertrag geregelt. Formal werden nur Mitarbeiter mit Beteiligung in Entscheidungen integriert. Vorgesehen ist, dass alle Mitarbeitende bei allen Entscheidungen einbezogen werden.

Mangels weiterer Mitarbeiter*innen handelt es sich aktuell um eine formulierte Absichtserklärung.

Ziel der Entwicklung ist die Bildung mehrerer agiler Beratungsteams mit maximal 12 Beschäftigten, in welche alle Entscheidungen demokratisch getroffen werden.

Für diese Entwicklung möchten wir explizit kein Zielbild vorgeben, sondern mögliche Strukturen aus den Menschen heraus entwickeln. Gleichzeitig nutzen wir im Rahmen der Entwicklung Methoden aus der Soziokratie als Arbeitsstandard.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Formulierung des Team- und Beteiligungskonzeptes
- Aktive Kommunikation im Rahmen der Bewerbungsgespräche

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Motivation eines Beschäftigten die Möglichkeit der Beteiligung tatsächlich zu nutzen.
- Formale Integration des Themas in die Gesellschafterverträge

Selbsteinschätzung:

Fortgeschritten 3 (aufgrund fehlenden 3 Beschäftigte),
ansonsten Erfahren 5 (aufgrund fehlender 3-jähriger Praxis)

Negativ-Aspekt B4.2 Feindliche Übernahme

Feindliche Übernahmen entsprechend nicht dem Wertekanon des Unternehmens. Da es keine freien Kapitalanteile gibt ist eine feindliche Übernahme ausgeschlossen. Der Weiterverkauf von Anteilen benötigt gemäß Gesellschaftervertrag die Zustimmung aller Gesellschafter.

Entwickeln sich die YellowBirds so wie geplant könnte mittelfristig ein zusätzlicher Schutz über die prurpouse Stiftung oder die Umwandung in eine Genossenschaft hilfreich sein.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Keine Maßnahmen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Aktuell keine Maßnahmen geplant

Selbsteinschätzung:

Keine Abzüge

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz



C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur

Verpflichtende Indikatoren	2018	2019	2020
Betriebszugehörigkeit*	0,6	1,5	2,5
Fluktuationsquote	0	0	0
Anzahl Initiativbewerbungen	0	6	2
Anzahl Erhebung MA-Zufriedenheit**	0	0	0
Entwicklung fachlich in Tagen***	3	7	10
Nutzung Weiterbildungsbudget	0	85%	25%****

* aufgrund Neugründung aktuell nur begrenzt aussagefähig

** aufgrund der Unternehmensgröße und dem kontinuierlichen direkten Austausch bislang keine Notwendigkeit

*** beinhaltet nur Tage mit externer Weiterbildung

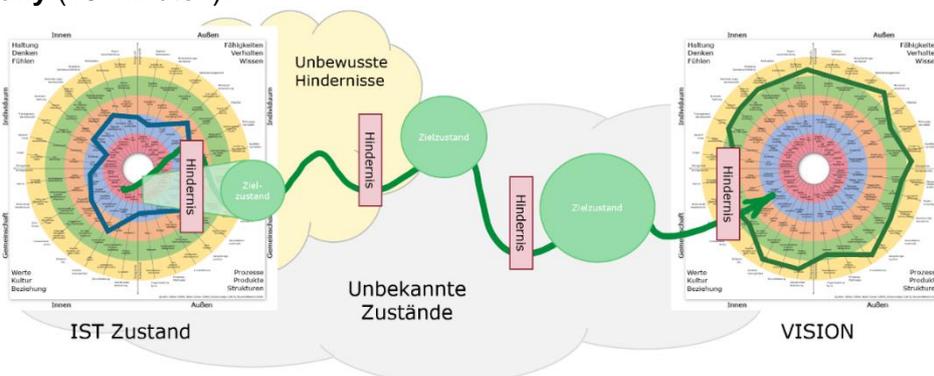
**** Reduzierung aufgrund Corona-Krise. Starke Nutzung kostenfreier Angebote

Wir leben eine partizipative wertorientierte Unternehmenskultur, mit den Kernwerten Respekt, Vertrauen und Transparenz. Es gibt sieben relevante Mechanismen zur Bearbeitung und Reflektion der mitarbeiterorientierten Unternehmenskultur:

Integrales Kompetenzmodell

Im Integralen Kompetenzmodell ist der aktuelle und visionäre Zustand der YellowBirds dargestellt. Für alle unsichtbaren und sichtbaren Aspekte von Organisation und Individuum setzen wir auf einen agilen engpassorientierten Veränderungsprozess.

Daily (15 Minuten):



Tägliche kurze Abstimmung am Morgen (Wie geht es mir heute, was hat gestern gut, nicht gut funktioniert, was steht heute an)

Kanban Board:

Beinhaltet alle nicht projektorientierten Aufgaben, die Zuordnung zum Verantwortlichen und den aktuellen Bearbeitungsstand. Maximale Anzahl an Aufgaben im Status In Bearbeitung und Warten auf Rückmeldungen sind definiert, um Engpässe zu erkennen.

2-Wochenreview (1 Stunde):

Reviewsitzung mit Rückblick auf die Woche. Es geht um das *WAS* Sichten, Erweitern und Priorisieren des Kanban Boards

2-Wochenretrospektive (1 Stunde):

Retrospektive-Gespräch mit Rückblick auf die Woche. Es geht um das *WIE* Welche Optimierungspotenziale in der Arbeitsweise möchten wir angehen?

Experimente

Ein formuliertes Experiment beinhaltet immer die Chance eines Scheiterns. Ein Scheitern erhöht unser Wissen darüber, welche Ansätze nicht funktionieren und verändert oder wieder abgeschafft werden müssen.

4-Wochengespräch Freie Mitarbeitende (1 Stunde):

Findet mit freien Mitarbeitenden statt, um auch deren aktuelle Situation und Bedürfnislage nicht aus dem Auge zu verlieren.

Es ist für uns kontinuierliche Arbeit, unserer vertrauensvollen und agilen Organisation mit konstruktiver Fehlerkultur zu entwickeln. Selbstorganisation und Eigenverantwortung sind integrale Bestandteile dieser Kultur. Da sich die Ausgangslage der Gründung mit einem zukünftigen weiteren YellowBird verändern wird, haben wir aktuell Aufwände zur Dokumentation des IST Zustandes reduziert.

Zielsetzung ist es im Jahresmittel eine externe Auslastung von 70%* (Branchenschnitt >80%) zu erreichen. *Diese Quote kann bis maximal 10% durch ehrenamtliche Tätigkeit während der Arbeitszeit reduziert werden.

Außerdem 10% sind für Akquise, 10% für persönliche Weiterbildung und 10% zur Weiterentwicklung des Yellow Birds Leistungsspektrums vorgesehen.

Kundenprojekte werden, soweit möglich im Tandem angeboten, das heißt zwei YellowBirds sind beim Kunden im Einsatz. Dadurch optimieren wir die Reflexionsmöglichkeiten und qualifizieren uns gleichzeitig interdisziplinär weiter. Teilweise erfolgt die Finanzierung des Tandems auf eigene Kosten, z.B. gezielte Weiterbildung, Einarbeitung.

Eine Zeiterfassung erfolgt nur auf Kundenprojekte zur Abrechnung, und sofern dies für interne Zwecke zwingend notwendig ist. Ansonsten gilt Vertrauensarbeitszeit.

Durch den regionalen Beratungsansatz reduzieren wir Reisezeiten und notwendige Übernachtungen für die tätigen Menschen. Im Rahmen der Angebotskalkulation berücksichtigen wir diese, so dass Reisezeiten – anders als in der Branche üblich – zur Arbeitszeit gehört. Alle Berater*innen teilen sich Ihre Zeit im Rahmen der Projektanforderungen selbstständig ein.

Jedem Menschen in der Organisation stehen 3.000 € Weiterbildungsbudget zur Verfügung. Dieses kann im konsultativen Einzelentscheid verwendet werden, das heißt für eine vorgesehene Weiterbildungsmaßnahme muss die Meinung im Team eingeholt werden, die Entscheidung ist aber frei.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Initiale Gestaltung der Unternehmenskultur wie beschrieben

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Weiterhin fehlen uns Menschen, um die entwickelte Kultur mit Leben und Veränderung zu füllen. (siehe Allgemeiner Hinweis zu Beginn)
- Digitalisierung des KanBan Boards in Microsoft Teams
- Nutzung kooperativer Weiterbildungsangebote (u.a. #WOL, Meetup)

Selbsteinschätzung:

Erfahren 6

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Verpflichtende Indikatoren	2018	2019	2020
Krankheitsquote*	-	-	-
Trotz Krankheit im Büro	0	0	0
Betriebsunfälle Anzahl	0	0	0
Betriebsunfälle Umfang	-	-	-

* Eine Krankenstatistik wird bislang nicht geführt. Eine gesetzliche Notwendigkeit ergibt sich erst, wenn Gehälter gezahlt werden, da die Daten dann für die Sozialversicherung aufbereitet werden müssen.

YBC legt sehr großen Wert auf eine psychisch und physisch sehr hohe Arbeitsplatzqualität. Im Büro gibt es aktuell 2 Arbeitsplätze (erweiterbar bis vier), welche mit modernen anwenderspezifischen Laptops ausgestattet sind. Im Office gibt es ausreichend Raum für kreative Arbeit an Flipchart und Moderationswand. Zusätzlich steht ein großes Besprechungszimmer für bis zu 20 Personen zur Verfügung. Im Stockwerk gibt es eine kleine Küche. Im Haus befindet sich eine Kantine einer Inklusionseinrichtung „Grüner Zweig Ulm e.V.“.

Das Gebäude wird vom Vermieter durch eine externe Fachkraft für Arbeitssicherheit und Brandschutz betreut. In Kundenprojekten sind alle Beschäftigten verpflichtet die beim Kunden geltenden Richtlinien zu sichten, deren Akzeptanz per Unterschrift zu bestätigen und einzuhalten. Weitere Maßnahmen in Richtung Arbeitssicherheit wurden bislang nicht umgesetzt.

Grundsätzlich können Beschäftigte aus dem Homeoffice arbeiten, sofern Kundenprojekte oder unsere cokreative Arbeitsrunden dies ermöglichen.

Als Reaktion auf die Corona-Krise wurden die Büroräume Mitte 2020 gekündigt und nur eine assoziierte Partnerschaft mit dem Vermieter geschlossen. Diese sieht einen Briefkasten und die Nutzung des Besprechungszimmers vor. Die Tätigkeit findet aktuell nur aus dem Homeoffice statt. Die beiden Gründer verfügen über eigene Räumlichkeiten, um Beruf und Privatleben räumlich trennen zu können

Die Kommunikation erfolgt über Telefon, Microsoft Teams und visuelle Arbeitswände im Büro (KANBAN Board, Akquise-Schatzkarte).

Bei schönem Wetter nutzen wir die Mittagespause für einen längeren Spaziergang durch Wald und Wiesen. 2020 wurde eine Laufgruppe ins Leben gerufen.

Zusätzlich bieten wir allen Menschen im Unternehmen die Möglichkeit an einem externen werteorientierten Coachings nach dem St. Galler Coaching Modell zur individuellen Persönlichkeitsentwicklung teilzunehmen.

	2018	2019	2020
Nutzungsgrad Persönlichkeitsentwicklung	50%	50%	50%

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Laufgruppe gegründet
- Homeoffice verstärkt

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Aktuell keine Maßnahmen geplant

Selbsteinschätzung:

Fortgeschritten 2

C1.3 Diversität und Chancengleichheit

Verpflichtende Indikatoren

	Alter					Geschlecht			Nationalität				Anstellung		Merkmale		
	Bis 25	Bis 35	Bis 45	Bis 55	Bis 65	M	W	D	Europa	Asien	Afrika	Amerika	Vollzeit	Teilzeit	Mit Einschränkung	Sex.Orient.	Religion
2018				2		2			2				2			*	*
2019				2		2			2				2			*	*

2020		1		2		2	1		3				2	1		*	*
-------------	--	---	--	---	--	---	---	--	---	--	--	--	---	---	--	---	---

* Religion und sexuelle Orientierung werden explizit nicht erfasst

	2018	2019	2020
Genutzte Angebote Gesundheit in Tagen	0	0	0
Väter/Mütter in Karenz	0	0	0

Als sichtbares Zeichen, wie wichtig und das Thema ist wurde die Charta der Vielfalt unterzeichnet. Weitere konkrete Maßnahmen zu Diversität sind noch nicht realisiert.

Eine Ethikrichtlinie ist formuliert, diese beinhaltet auch unser Ziel das unternehmerische Wachstum anhand der gesellschaftlichen Verteilung zu gestalten, z.B: Frauenanteil > 50%. Dies heißt aktuell, dass wir bei Neueinstellungen Bewerberinnen bevorzugen. Auf spezifische Quoten wurde verzichtet, da sich diese aufgrund der geringen Unternehmensgröße nicht darstellen lassen.

Teilzeit wird in Form ganzer Tage angeboten, Halbtagsstätigkeiten lassen sich in der Branche in der Regel nicht realisieren.

Während der Coronakrise wurde die Betreuung des Homeschoolings durch die Mitarbeitenden ermöglicht.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Einstellung freie Mitarbeiterin in Teilzeit Ende 2020. Umfassende Erfahrungen fehlen daher.
- Sehr flexibler Umgang mit Arbeitszeiten während der Homeschooling Phase

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Einstellung freie Mitarbeiterin in Teilzeit Ende 2020. Umfassende Erfahrungen fehlen daher.

Selbsteinschätzung:

Fortgeschritten 3

Negativ-Aspekt C1.4 Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Verpflichtende Indikatoren	2018	2019	2020
Verletzungen Arbeitsrecht	0	0	0
Anzahl Beschwerden	0	0	0

Aufgrund fehlender Beschäftigter gibt es keinen Betriebsrat, so dass dieser verpflichtende Indikator entfällt.

Es werden keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte akzeptiert, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen. Durch unsere vertrauensvolle Arbeitsweise können Missstände und Fehlverhalten in den 14 tägigen Runden adressiert und interdisziplinär bearbeitet werden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Keine realisierten Maßnahmen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Konzeption eines Ansatzes, um Verbesserungen ohne Beschwerde zu messen

Selbsteinschätzung:

Keine Abzüge

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge



C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

Verpflichtende Indikatoren	2018	2019	2020
Mindestverdienst Monatsbrutto	2,8 T€	2,9 T€	0 T€
Höchstverdienst	2,8 T€	2,9 T€	0 T€
Medianverdienst	2,8 T€	2,9 T€	0 T€
Lebenserhaltungskosten*	2,5 T€	2,5 T€	2,7 T€
Living Wage**	1,08 T€	1,14 T€	1,14 T€

* Statistisches Bundesamt Lebenserhaltungskosten Deutschland

(https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Einkommen-Konsum-Lebensbedingungen/Konsumausgaben-Lebenshaltungskosten/_inhalt.html)

** Living Wage oberes Ende Erwachsene <https://wageindicator.org/salary/living-wage/germany-living-wage-series-september-2019>

Die Gehaltsstruktur (inkl. Gründer) ist für alle transparent; davon ausgenommen sind Werkstudenten und Masteranden. Gehaltsanpassungen werden jährlich offen im Team diskutiert und entschieden. Gehälter von neuen Beschäftigten werden ebenfalls im Team entwickelt.

Das Entgelt ist fair, liegt aber unter dem Branchendurchschnitt. Ursache ist die geringere Auslastungsquote. Das Entlohnungsmodell sieht keine individuellen Leistungszulagen vor. Alle Beschäftigten werden am Unternehmensergebnis beteiligt. Die Ertragsverteilung ist transparent, ebenso wie die einzelnen Gehälter. Gehaltsveränderungen erfolgen im gemeinsamen Dialog einmal jährlich.

Das Geschäftsführergehalt ist auf das maximal 5fache des Durchschnittsgehaltes der Beschäftigten beschränkt. (Diese Regelung bezieht sich auf ordentliche Beschäftigte - Werkstudenten, Masteranden sind davon ausgeschlossen).

Aktuell realisieren die Inhaber eine deutlich niedrigere Entnahme, welche mit dem Jahresergebnis auf das Durchschnittsgehalt der Beschäftigten aufgefüllt wird, bevor der Rest verteilt wird.

Beschäftigte haben die Möglichkeit Gehalt in zusätzliche Urlaubstage zu wandeln. Teilzeit wird aktiv angeboten.

Das Jahr 2020 ist ein Sonderfall. Durch die Corona-Krise kam das Beratungsgeschäft fast vollständig zum Erliegen. Durchgeführte Projekte waren ausreichend genug, alle laufenden Kosten zu decken. Es kam aber nicht zu einem Jahresüberschuss, so dass auch keine Entnahme seitens der Inhaber erfolgt ist. Daraus ergibt sich die Verdienstkennzahl 0,- €.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Teilzeit-Vertrag mit freier Mitarbeiterin

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Beratungsumfeld wieder so erhöhen, dass Living Wage erreicht wird.

Selbsteinschätzung:

- Erfahren 3

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

Verpflichtende Indikatoren	2018	2019	2020
Wochenarbeitszeit	40	40	40
Geleistete Überstunden *	0	0	0

* Schätzung, da keine Zeiterfassung erfolgt

Es gilt eine unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit von 40 Stunden mit 30 Tagen Urlaub. Diese Abweichung von den durch die GWÖ empfohlenen 30 Stundenwoche ist aufgrund der Arbeitszeitkalkulation notwendig. (Soziales Engagement, Weiterbildung,...)

Eine Zeiterfassung erfolgt nur auf Kundenprojekte. Hier entstandene Überstunden können dann als Grundlage für zusätzliche Zeitausgleichsmaßnahmen herangezogen werden. Es obliegt der Verantwortung des Mitarbeiters die 40 Stunden einzuhalten. Bei offensichtlichen kontinuierlichen Überschreitungen gibt es Feedback aus dem Team.

Das Geschäftsmodell ist ohne Überstunden gerechnet, Überstunden sind für den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens nicht notwendig.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Formulierung der Regelung
- Aufnahme in die Bewerbungsunterlage

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Mit ersten weiteren Beschäftigten praktisch mit Leben füllen

Selbsteinschätzung:

- Erfahren 4

C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und Work-Life-Balance

Verpflichtende Indikatoren	2018	2019	2020
Beschäftigte in individuellen Arbeitsmodelle	0%	0%	10%

Aufgrund geringer Beschäftigtenanzahl aktuell noch nicht aussagekräftig. Grundsätzlich wird Voll- und Teilzeit angeboten. Die freie Mitarbeiterin hat ein Teilzeitmodell etabliert.

Durch den regionalen Beratungsansatz reduzieren wir Reisezeiten und notwendige Übernachtungen für die tätigen Menschen. Im Rahmen der Angebotskalkulation berücksichtigen wir diese, so dass Reisezeiten – anders als in der Branche üblich – zur Arbeitszeit gehört.

Alle Berater*innen teilen sich Ihre Zeit im Rahmen der Projektanforderungen selbstständig ein. Die beiden Gründer leben eine familienorientierte Priorisierung der Arbeitszeiten vor.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Übernahme Homeschooling Betreuung

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Mit weiteren Mitarbeitenden mit Leben füllen

Selbsteinschätzung:

Erfahren 4

Negativ-Aspekt C2.4 Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Verpflichtende Indikatoren	2018	2019	2020
Gewinn	67 T€*	70 T€*	0 T€
Beschäftigte	2	2	2
Zeitarbeiter	0	0	0
Projektorientiert befristet	0	0	0
Laufzeit bfr. AV	-	-	-
Mindestverdienst Monatsbrutto	2,8 T€	2,9 T€	0 T€
Höchstverdienst	2,8 T€	2,9 T€	0 T€
Medianverdienst	2,8 T€	2,9 T€	0 T€
Lebenserhaltungskosten*	2,5 T€	2,5 T€	2,7 T€
Living Wage**	1,08 T€	1,14 T€	1,14 T€
Anzahl Pauschalverträge	0	0	0
Anzahl Null-Stunden-Ver.	0	0	0

* ohne Abzug Geschäftsführergehälter

YellowBirds Beschäftigte werden grundsätzlich unbefristet angestellt. Projektorientiert werden befristete Verträge mit Mitunternehmern und Selbstständigen geschlossen. Laufzeit und Vergütung werden in diesen Fällen gemeinsam in Hinblick auf das konkrete Projekt entwickelt.

Investierte Arbeitszeit spielt innerhalb des Feedbacks als Rahmenbedingung eine Rolle. Insbesondere werden dauerhafte Überstunden nicht akzeptiert. Im Rahmen der 14-tägigen Feedbackrunden werden gemeinsam Experimente entwickelt, wie zum Beispiel die Effektivität gesteigert, oder ein besseres Zeitmanagement realisiert werden kann. Bei der Erreichung von Karriereschritten spielen geleistete Überstunden keine Rolle.

Praktikanten und Werkstudenten werden mit Mindestlohn + x,- € entlohnt. Bei einer Tätigkeit > 6 Monate haben Sie Anrecht zusätzlich auf das externe Coaching und ein Weiterbildungsbudget von 750,- €

Sonstige Passagen zu ungerechter Behandlung sind in den Verträgen nicht vorhanden.

Der für die freie Mitarbeit definierte Stundensatz überschreitet bei Hochrechnung auf eine 30h Woche sowohl Living Wage als auch Lebenserhaltungskosten deutlich.

Die Inhaber haben im Jahr 2020 Living Wage aufgrund der Krise nicht erreicht. Dies wird negativ bewertet.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Keine Maßnahmen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Aktuell keine

Selbsteinschätzung:

-20 Malus

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden



C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

Verpflichtende Indikatoren	2018	2019	2020
Anteil Verpflegung aus ökologischer Herkunft	0%	0%	60%

Eine tiefere Einmischung in die Privatsphäre unserer Mitarbeiter halten wir für übergriffig. Im betrieblichen Kontext schaffen wir aber Bewusstsein und gehen mit gutem Beispiel voran. Nachhaltigkeit wird bereits im Bewerbungsgespräch thematisiert.

Im Gebäude gibt es eine Kantine, welche vom „Grünen Zweig Ulm e.V.“ getragen (Inklusionsunternehmen) wird. Die eingesetzten Lebensmittel sind dort soweit möglich regional. Die Kantine ermöglicht eine vegetarische Ernährung.

Die Inhaber ernähren sich privat vorwiegend biologisch. Der Fleischkonsum der Inhaber wurde im Jahr 2020 reduziert. Daher auch die Steigerung in 2020, da der Kantinenbesuch durch das Homeoffice ersetzt wurde.

Ebenso wurde teilweise Kaffee durch eine regionale Bioalternative aus Süßlupinen ersetzt. Das Kaffee ein Suchtmittel ist wird aktiv kommuniziert.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Teilweise Umstellung Ernährungsgewohnheiten

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Aktuelle keine Maßnahmen

Selbsteinschätzung:

Erste Schritte 1

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

Verpflichtende Indikatoren	2018	2019	2020*
Anreise Büro PKW	30%	20%	4%
Anreise Büro öffentlich	13%	23%	4%
Anreise Büro Fuß/Rad	2%	2%	2%
Homeoffice Büro	5%	5%	80%
Anreise Projekt PKW	45%	45%	2%
Anreise Projekt öffentlich	5%	4%	3%
Anreise Projekt Fuß/Rad	0%	0%	0%
Anreise Projekt Flug	0%	1%	0%
Homeoffice Projekt	0%	0%	5%

* Zahlen 2020 aufgrund der Coronakrise nicht vergleichbar (Sehr geringe Projektauslastung, Homeoffice Zwang)

Die Büroräume waren an den öffentlichen Nahverkehr gut angebunden. Sollte in Zukunft wieder ein Büro angemietet werden, ist dies ein zentrales Entscheidungskriterium.

YellowBirds stellt jedem Beschäftigten eine Bahncard 50% 2. Klasse. Weitere ökologische Betriebsangebote gibt es aktuell noch nicht.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Berichtswesen Anreise aufgebaut
- Experimente Büroanreise mit dem Fahrrad

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Stabilisierung des Remote Projekteinsatzes bei Kunden, durch welche Reisetätigkeiten entfallen.

Selbsteinschätzung:

Fortgeschritten 2

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung

Verpflichtende Indikatoren	2018	2019	2020
Bekanntheitsgrad Unternehmenspolitik ökologisches Verhalten	100%	100%	100%
Akzeptanz Unternehmenspolitik	100%	100%	100%

Ökologische Aspekte sind fest in die Unternehmenskultur integriert. Sie wirken sowohl im Unternehmen, als auch im privaten Umfeld der Mitarbeitenden. Wir erzeugen allerdings keinen Zwang, sondern setzen darauf, dass die Thematik verstanden und akzeptiert wird. Nur so entsteht bei den Mitarbeitenden intrinsische Motivation Ihre täglichen Routinen ökologisch auszurichten. Erste Erfolge sind hier bei den Inhabern erkennbar.

In Bewerbungsgesprächen wird die Gemeinwohlorientierte Ausrichtung und das ökologische Verständnis der YellowBirds thematisiert. In der Mehrzahl der Bewerbungseingänge, ist dies für die Bewerber:innen auch einer der Gründe gewesen, sich überhaupt zu bewerben.

Die Auswahl von Weiterbildungen liegt in der Verantwortung der Mitarbeitenden. Die Integration ökologischer Weiterbildungen wird angeregt, aber nicht erzwungen. Aufgrund der geringen Unternehmensgröße gibt es keine zentralen oder verpflichtenden internen Weiterbildungen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Teilnahme Matthias am GWÖ Lernweg (Q2 – Q3 2020)
- Teilnahme Matthias Enkeltauglich leben (Q1 2020)
- Teilnahme Matthias Lieferketten verantwortungsbewusst transformieren (B Corp, GWÖ Bayern Q2 2020)
- Teilnahme Jens ClimatePartner Konferenz Nachhaltigkeit (Q1 2020)

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Weitere Qualifizierung zu ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitsthemen.
- Förderbeiträge zur DING Jahreskarte Stadtgebiet Ulm/Neu-Ulm.
- Möglichkeit über ein Firmenleasing ein e-bike durch Entgeltumwandlung zu erhalten.
- Förderung privater CO₂ Fußabdrücke und deren Ausgleich

Selbsteinschätzung:

Fortgeschritten 2

Negativ-Aspekt C3.4 Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens

Wir bestätigen, dass im Unternehmen weder Verschwendung von Ressourcen gefördert noch unökologisches Verhalten geduldet wird. Dies wird allerdings nicht durch strenge Regeln, sondern offenen Dialog und Bewusstseinsbildung realisiert.

Es gibt keine Regelungen, die ökologisch bessere Alternativen ausschließen.

Einer der Inhaber nutzt einen Range Rover als Geschäftsfahrzeug, welcher einen CO₂ Ausstoß über 180 g hat.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Keine Maßnahmen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Keine Maßnahmen geplant

Selbsteinschätzung

-10 Punkte Malus

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz



C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

Verpflichtende Indikatoren	2018	2019	2020
Transparenzgrad bei kritischen Daten	100%	100%	100%

* 2018/19 noch keine Mitarbeiter vorhanden

Wir starten mit dem Anspruch, dass alle Daten für alle unbefristeten Mitarbeiter transparent sind. Das heißt

- Akquise und Aufgabenstatus werden von allen Beschäftigten in Echtzeit visualisiert
- BWA steht monatlich zur Verfügung. Eine innerbetriebliche Weiterbildung zu den Finanzkennzahlen wird angeboten.
- Gehälter werden offen verhandelt und kommuniziert, aber nicht im Büro ausgehängt. Es gibt keine Verschwiegenheitspflicht über das eigene Gehalt.
- Gehaltsanpassungen werden jährlich offen im Team diskutiert und entschieden.
- Jahresergebnis und Ergebnisverwendung werden transparent kommuniziert.

Eine beteiligende Auseinandersetzung mit diesen Informationen ist erwünscht, wird aber nicht erzwungen.

Projektspezifische temporäre Mitarbeiter erhalten nur Zugang zu den für Sie relevanten Informationen.

Ob dieser Ansatz sich auch bei Wachstum halten lässt, ist keine Einzelentscheidung der Gründer, sondern wird im Team erarbeitet.

Unsere Gründungsidee ist dabei:

YBC besteht aus agilen selbstverantwortlichen Teams zwischen 4 und max. 12 Mitarbeitern. Spätestens bei 12 Mitarbeitern teilt sich das Team auf. Zwei neue autarke Teams entstehen. In den Teams gibt es formal keine Vorgesetzten, das heißt über Gehälter, Einstellung oder Entlassungen entscheidet immer das gesamte Team. Die Gründer stehen nur als Coaches zur Verfügung, bzw. sind Teil eines Teams.

Eine Entscheidung durch eine Einzelperson wird nur getroffen, wenn dies das Team festlegt. Diese Person muss keiner der Gründer sein. Zum Einsatz kommt dann der konsultative Einzelentscheid.

Spätestens mit dem dritten Team benötigt es eine Strukturierung, um zum Beispiel Wissen strukturiert zwischen den Teams fließen zu lassen. Denkbar ist der Einsatz von soziokratischen Kreisen. Eine Fixierung dieser Idee zum jetzigen Zeitpunkt findet nicht statt, etwaig notwendige Strukturen werden durch und mit den Beschäftigten entwickelt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Keine Maßnahmen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Entwicklung einer Logik, wie mit freien Mitarbeitenden diese Transparenz hergestellt werden kann.

Selbsteinschätzung:

- Fortgeschritten 6

C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

Verpflichtende Indikatoren	2018	2019	2020
Anteil durch Mitarbeiter legitimierte Führungskräfte*	0	0	0
Anhörung	0	0	0
Mitwirkung	0	0	0
Mitentscheidung	0	0	0

* noch keine Mitarbeiter vorhanden

Aktuell ist dieser Punkt noch nicht relevant.

Die vorgesehene Organisationsstruktur sieht über die gesetzliche Regelung hinaus keine formalen Führungskräftestruktur vor. Eine Fixierung dieser Idee zum jetzigen Zeitpunkt findet nicht statt, etwaig notwendige Strukturen werden durch und mit den Beschäftigten entwickelt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Keine Maßnahmen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Keine Maßnahmen geplant

Selbsteinschätzung:

Basislinie 0

C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

Verpflichtende Indikatoren	2018	2019	2020
Anteil durch Mitarbeiter legitimierte Entscheidungen*	0	0	0
Anhörung	0	0	1
Mitwirkung	0	0	1
Mitentscheidung	0	0	0

* 2018/19 noch keine Mitarbeiter vorhanden

Die vorgesehene Organisationsstruktur sieht eine vollständige Partizipation aller Mitarbeitenden vor. Eine Fixierung dieser Idee zum jetzigen Zeitpunkt findet nicht statt, etwaig notwendige Strukturen werden durch und mit den Beschäftigten entwickelt.

Die freie Mitarbeiterin wird, soweit dies gesetzliche Regelungen erlauben in die Weiterentwicklung der YellowBirds integriert. So wurde Sie bei der strategischen Neuausrichtung integriert und bei der Gestaltung Ihres eigenen Beratungsschwerpunktes aktiv eingebunden. Es findet zudem ein regelmäßiger Austausch statt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Integration freie Mitarbeiterin

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Durch weitere Mitarbeitende mit Leben füllen

Selbsteinschätzung:

Fortgeschritten 3

Negativ-Aspekt C4.4 Verhinderung des Betriebsrates

Verpflichtende Indikatoren	2018	2019	2020
Betriebsrat vorhanden	Nein	Nein	Nein

Ein Betriebsrat ist aufgrund der Unternehmensgröße aktuell nicht vorhanden. Eine Gründung ist aufgrund der vorgesehenen Organisationsstruktur potenziell nicht notwendig, wird aber auch nicht verhindert.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Keine Maßnahmen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Keine Maßnahmen geplant

Eigenwertung

Keine Abzüge

D1 Ethische Kund*innenbeziehungen



D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen

Verpflichtende Indikatoren	2018	2019	2020	2021
Budget Marketing, Verkauf, Werbung	6.200*	1.300	2.000**	
Fix / Umsatzabhängige Gehaltsbestandteile	100 / 0	100 / 0	100 / 0	
Umsatzvorgaben	Nein	Nein	Nein	

* beinhaltet Logo- und Markenentwicklung

**Budget beinhaltet einen regionalen Dienstleister für Kaltakquise.

Bei unseren Leistungen ist Vertrauen der entscheidende Faktor, um Kund*innen zu gewinnen und zu halten. Dieses Vertrauen bauen wir im Dialog, durch Empfehlungsmarketing und durch erfolgreiche Projektarbeit (ohne wirtschaftliches Risiko) auf, das heißt:

- Wir bereichern Veranstaltungen mit unseren Inhalten. (z.B. Arbeitskreis 4.0 des IPRI, Workshops des CNS,...)
- Freuen uns über positive Kundenaussagen und deren Freigabe für unsere Webseite.
- Bei Projekten mit Aufwand kleiner 10 Tage, welche innerhalb eines Monats realisiert werden, bieten wir unseren Kunden Pay-what-it's-worth an, das heißt der Kunde erhält eine Richtpreisinformation, zahlt am Ende aber nur den Betrag, den unsere Leistung aus seiner Sicht wert war. Im Gegenzug steht er uns für ein Feedbackgespräch zur Verfügung, damit wir uns kontinuierlich verbessern können.

Kundenakquisition erfolgt über gezieltes und persönliches Anschreiben per Post, Email oder Telefon. Der wichtigste Kanal sind persönliche Gespräche auf Veranstaltungen.

Alle unsere Leistungen stehen auf einer responsive Webseite zur Verfügung. Für viele Angebote stellen wir unsere Arbeitsmaterialien kostenfrei zur Verfügung, wenn sich ein Anwender für den Newsletter einträgt. Wir analysieren den Traffic auf der Webseite regelmäßig. Dabei führen wir kein userspezifisches Tracking durch. Insbesondere verzichten wir auf Tracking durch Facebook oder andere Pixel basierte Trackingverfahren, welche den Aufbau von gläsernen, webseitenübergreifenden Profilen ermöglicht.

Bestandskunden werden ca. 2x im Jahr antelefoniert und ein offenes Gespräch geführt. Unsere Zielsetzung ist dabei eine bedarfsorientierte Unterstützung in möglichst kleinen Unterstützungsprojekten und ein kontinuierliches Entwöhnen von Beratung.

Langfristig setzen wir darauf, dass sich unsere Kunden so entwickeln, dass cokreative und coinnovative Zusammenarbeit möglich ist. Das heißt wir können aktiv unsere Perspektive und Impulse äußern, ohne dass diese einen Beraterbonus für die Entscheidung haben.

Unser Anliegen ist damit nicht möglichst viel Leistung an unsere Kunden zu verkaufen, sondern bedarfsgerecht zur Verfügung zu stehen. Dabei kommunizieren wir klar unsere Kompetenzen und verzichten auf Aufträge, bei welchen wir keine ausreichende Kompetenz besitzen. Langfristiger Erfolg unserer Kunden geht dabei vor kurzfristigem Erfolg von uns.

Unsere Beratungsleistung stärkt neben dem Unternehmenserfolg auch die Freude an der Arbeit und stärkt damit die ökonomische Nachhaltigkeit sowie die Wertschätzung der Beschäftigten. Eine direkte positive Auswirkung auf ökologische und soziale Nachhaltigkeit hat unsere Leistung nicht.

Es wird nicht mit vertrieblicher Provision gearbeitet. Ebenso gibt es keine Umsatzvorgaben. Zur Sicherstellung einer gleichmäßigen Auslastungs- und Ertragssituation wird in der visuellen Auftragsverfolgung mit einer definierten Anzahl von Slots gearbeitet. Dies ermöglicht selbstorganisierte vertriebliche Maßnahmen durch alle Beschäftigten.

Es gibt kein geplantes fixes Marketingbudget. Budget wird flexibel und nach Verfügbarkeit für Veranstaltungen, Google AdWords und Drucksachen eingesetzt. In Zukunft ist vorgesehen ein zahlendes Mitglied in spezifischen Branchenverbänden zu werden.

Über Google Adwords werden Angebote gezielt beworben. Einmal jährlich setzen wir eine Kampagne auf, welche sehr viele Keywords enthält. Über Schwerpunkte in Suche und Klickrate können gezielt Angebote entwickelt werden.

In 2020 haben wir in einer Pilotumsetzung eine Spezialistin für Kaltakquise als freie Mitarbeiterin angestellt. Als junges Unternehmen sahen wir hier die Notwendigkeit einer direkten Ansprache. Der Pilot wurde aufgrund der Coronakrise abgebrochen, allerdings bestätigte sich unsere Annahme, dass unser komplexer Beratungsansatz nicht über diesen Kanal an den Kunden gebracht werden kann.

Ein achtsamer und datenschutzkonformer Umgang mit Kundendaten ist für uns selbstverständlich. Eine ausführliche Datenschutzerklärung kann auf der Webseite abgerufen werden.

Fallbezogen prüfen wir bei konkreten Anfragen, ob Markt/Geschäftsgebaren sich mit unseren ethischen Grundsätzen vereinbaren lässt. Bisher gab es keine Kundenanfrage, welche abgelehnt wurde.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Empfehlungsorientiertes Marketing zufriedener Kunden begonnen
- Testimonials auf Webseite integriert.
- Ethikrichtlinie um ethisches Kundenverhalten ergänzt

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Empfehlungsorientiertes Marketing zufriedener Kunden stärken
- Entwickeln von Maßnahmen, um Marketingausgaben besser auf Ihre Wirksamkeit zu überprüfen.

Selbsteinschätzung:

Fortgeschritten 3

D1.2 Barrierefreiheit

Verpflichtende Indikatoren	2018	2019	2020	2021
Umsatzanteil % benachteiligte Kund*innen- Gruppen	0%	0%	0%	

Die YellowBirds sind ausschließlich im B2B Umfeld tätig. Dabei ist mittelständische Industrie ist unsere Heimat, Startup Szene und soziale Initiativen unsere Inspiration. Den größten Umsatzanteil machen wir im Mittelstand. Startups und Soziale Initiativen bilden aktuell die Ausnahme. Unsere Kernkunden sind Unternehmen zwischen 100 und max. 2000 Beschäftigte. Unser Kundensegment liegt im deutschsprachigen Raum, daher werden alle Unterlagen nur auf Deutsch zur Verfügung gestellt.

Arbeitsunterlagen und Leitfäden werden auf der Internetseite zur Verfügung gestellt, wenn sich der Interessent für den quartalsweisen Newsletter anmeldet. Es gibt Unternehmen, welche mit diesen Unterlagen Ihren Veränderungsprozess bereits ohne externe Beratungsunterstützung realisieren.

Inhalte werden textlich auf der Webseite zur Verfügung gestellt. Mit Windows Standardmitteln können diese Inhalte vorgelesen werden. Die Webseite kann in anderen Sprachen durch von Google bereitgestellte Übersetzungen genutzt werden.

Die Webseite hat ein responsives Design und passt sich damit Endgeräten und Benutzereinstellungen (z.B. Schriftgröße bei Sehschwäche) an.

In 2020 haben wir begonnen Inhalte auch als Videos auf Youtube zu veröffentlichen, um audiovisuelle Unterstützung anzubieten.

Als „benachteiligte Kunden“ sehen wir Unternehmen < 250 Beschäftigte, StartUps und soziale Initiativen, da diese in der Regel marktübliche Tagessätze nicht zahlen können.

Wir haben unsere Tagessätze so gestaffelt, dass Sie diesen Unternehmen entgegenkommen. Innerhalb des BAFA Förderprogramms „Förderung unternehmerischen Knowhows“ bieten wir für Unternehmen bis 250 Beschäftigte geförderte Beratungsleistung (Förderung zwischen 30 und 100%).

Soziale Initiativen erhalten auf Anfrage Unterstützung innerhalb unseres 10% Zeitanteils ehrenamtlicher Tätigkeit. Hier wird dann Pro-Bono Beratung geleistet. (z.B. Coaching innerhalb des StartSocial Wettbewerbs)

Außerdem haben wir ein Karma Angebot entwickelt. Hierbei leistet ein finanzstarkes Unternehmen einen erhöhten Kostensatz (75% des Tagessatz einer gemeinwohlorientierten Initiative), wir stellen einer Initiative einen kostenfreien Beratungstag zur Verfügung. Jeweils zu Jahresanfang stellen wir in Abhängigkeit des Vorjahresergebnisses ebenfalls ein Kontingent zur Verfügung. Bislang wurde das Angebot weder von Unternehmen noch von sozialen Initiativen in Anspruch genommen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Preisstaffelung Kundengröße entwickelt
- Karma Preisansatz entwickelt
- Zertifizierung BAFA Förderung

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Nutzungsgrad der Angebote erhöhen

Selbsteinschätzung:

Vorbildlich 7

Negativ-Aspekt D1.3 Unethische Werbemaßnahmen

Verpflichtende Indikatoren	2018	2019	2020
% Anteil Werbeausgaben unethische Kampagnen	0	0	0

Es wurden keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt.

Im Rahmen der telefonischen Kaltakquise 2020 wurde sehr kritisch diskutiert, wie wir mit einer Rückmeldung „melden uns bei Bedarf“ umgehen. Unsere Kampagnen-Partnerin hat empfohlen, dies als Standardfloskel zu bewerten und trotzdem *einen* weiteren Kontaktversuch zu unternehmen. Dieser Empfehlung haben wir uns im Rahmen der Kampagne (30 Kontakte) angeschlossen. Da sich zum Abschluss der Kampagne gezeigt hat, dass auch wiederholte Ansprache bei diesen Unternehmen nicht zu einem Erfolg geführt hat, werden wir in Zukunft die Rückmeldung berücksichtigen.

Die Analyse von Webseitbesuchern erfolgt ohne digitales Tracking über facebook pixels und ähnliches. Alle genutzten Technologien sind in der Datenschutzhinweisen vermerkt und DSGVO konform.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

- Digitales Marketing ohne Profiling umgesetzt

Verbesserungspotenziale:

- Aktuell keine Maßnahmen geplant

Selbsteinschätzung:

Keine Abzüge

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern

D2.1 Kooperation mit Mitunternehmern

Verpflichtende Indikatoren	2018	2019	2020
Zeitaufwand Produktentwicklung	20	25	15
davon für kooperative Angebote		20%	
Zeitaufwand Kooperationen 1 / 2 / 3* in Tagen	0 / 0 / 0	5 / 0 / 0	x / 3 / 0
Engagement in 1 / 2 / 3 **	1 / 0 / 1	1 / 0 / 1	1 / 0 / 2

* (1) Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe, (2) der gleichen Branche die regional eine andere Zielgruppe, (3) der gleichen Branche in der gleichen Region, mit anderer Zielgruppe ansprechen

** (1) Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen, (2) Responsible Lobbying, (3) Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung von Branchenstandards

Die Bereitschaft zur partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen und Selbstständigen ist fester Bestandteil der Unternehmenskultur. Ebenso wie das Teilen von Informationen und Wissen, welches wir auf unserer Webseite zur Verfügung stellen. Wir sind überzeugt, dass Unternehmen viele Fragestellungen auch ohne Beratung lösen können, wenn Sie unterstützende Methoden kennen. Dies dient auch dazu benachteiligten Unternehmen einen Zugang zu unseren Leistungen zu ermöglichen.

Feste Kooperationen gibt es aktuell keine. Lose Kooperationen gibt es mit dem

- IMU Augsburg im Umfeld des Integralen Kompetenzmodells. Das IMU hat das Modell in einem BMBF geförderten Projekt entwickelt. Wir stellen die von uns entwickelten Linien zur Verfügung und nehmen an einem unregelmäßigen Termin teil.
- Institut for Performance Research IPRI. Wir nehmen am AK 4.0 teil und haben u.a. einen Termin in den Räumlichkeiten von YBC ausgerichtet. Außerdem unterstützen wir in unterschiedlichen Forschungsprojekten.

Bei konkreten Anfragen werden externe Berater in das Lösungsangebot integriert und das Konzept gemeinsam entwickelt. Aktuell arbeiten wir daran themenbezogen feste Partner zu etablieren.

Mit den regionalen GWÖ Berater:innen gibt es einen regen Austausch und es werden gemeinsam Angebote für die regionalen Kunden entwickelt und im Tandem angeboten.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Kooperation kmu-hilfe-uhl
- Regionale GWÖ-Berater:innen Kooperation

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Weiterer Ausbau des Engagements

Selbsteinschätzung:

Erfahren 4

D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen

Verpflichtende Indikatoren	2018	2019	2020
Mitarbeiterstunden an 1/2*	20	25	15
Aufträge weitergegeben an 1/2**	0%	20%	0%
Finanzmittel weitergegeben 1/2 ***	0 / 0	5 / 0	x / 3

* (1) Unternehmen anderer Branche, (2) der gleichen Branche

** (1) Unternehmen anderer Branche, (2) der gleichen Branche

*** (1) Unternehmen anderer Branche, (2) der gleichen Branche

Im Rahmen der Anlaufphase erfolgt nur rudimentär Weitergabe von Arbeitskraft und Mitteln an andere Unternehmen. Die Absicherung und Stärkung des Unternehmens hat Priorität.

Nach Absicherung des eigenen finanziellen Überlebens, wurde 2020 im Rahmen der Corona-Krise ein solidarisches kostenfreies Beratungsangebot entwickelt. Dabei wurde pro Unternehmen in Summe 1 Tag kostenfrei zur Verfügung gestellt, ggf. erweitert um 100% geförderte Folgeleistungen. Das Angebot wurde 2 mal in Anspruch genommen.

Der Unverpackt-Laden Ulm wurde in der Gründungsphase über Crowd Funding durch die Geschäftsführung mit 150,- € unterstützt.

YBC stellt allen Beschäftigten innerhalb der regulären Arbeitszeit ein festes Zeitbudget zur Verfügung (max. 10% der Arbeitszeit). Dieses kann für ehrenamtliche Leistungen und soziales Engagement eingesetzt werden.

Aktuell werden unterstützt:

- Soziokratie Zentrum Deutschland e.V. – Finanzielle Unterstützung
- GWÖ Reginalgruppe Ulm, Fokusgruppe Unternehmen – Finanzielle Unterstützung und Arbeitsleistung
- Startsocial.de, Übernahme von Jury- / Coachingtätigkeiten - Arbeitsleistung
- IPRI – Studentische Forschungsprojekte - Arbeitsleistung

Matthias ist Moderator der MeetUp Gruppe Integrale Organisationsentwicklung, in welcher praxisorientiertes Wissen und Erfahrungen geteilt werden. Außerdem werden zwei Meetupgruppen im Rahmen der GWÖ aufgebaut, einmal eine Gruppe zum Austausch von Methodenwissen, einmal für kollegiale Fallberatung für den Peergruppen Bilanzprozess.

Zentrale Arbeitsunterlagen (z.B. Integrales Modell) wird Kunden und Marktbegleitern gemäß dem Ansatz „Wissen vermehrt sich durch Teilen“ auf der Webseite zur Verfügung gestellt.

Während der Corona Krise sind wir Gründungsmitglied der Plattform <https://kmu-hilfe-ulm.de> geworden, welche sich aus interdisziplinär zusammengesetzten Beratern und Coaches zusammensetzt und regional krisengeschädigte Unternehmen solidarisch unterstützt. Anfragen aus diesem Kanal wurden mit den anderen Kooperationspartnern geteilt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Solidarisches Beratungsangebot
- MeetUp Gruppe gegründet

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Weiterer Ausbau des Engagements
- Aufbau Kollegiale Fallberatung

Selbsteinschätzung:

Erfahren 4

Negativ-Aspekt D2.3 Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmern

Verpflichtende Indikatoren	2018	2019	2020
Wertender Vergleich	Ja*	Ja*	Ja*
Dumpingpreise	Nein	Nein	Nein
Preisabsprachen	Nein	Nein	Nein**
Maximierung von Marktanteilen	Nein	Nein	Nein
Patente	Nein	Nein	Nein

* In der Akquise weisen wir auf alternative Anbieter hin und zeigen ein faires Bild von deren Stärken auf.

**Wir halten uns an die vom GWÖ AK Berater:innen Kreis entwickelten Preisrahmen.

Bei länger laufenden Begleitungen weisen wir unsere Kunden darauf hin auch alternative Angebote zu prüfen. Dies wird von unseren Kunden sehr positiv bewertet.

Im Rahmen des ersten GWÖ Peergruppen Projektes kam es allerdings durch bereits vorhandene Kontakte zu einer Tätigkeit in einer anderen Region. Dies wurde im Vorfeld mit den Regionalgruppen-Verantwortlichen diskutiert. Verspätet kam es zu einem Austausch mit den regionalen GWÖ Berater:innen. Zudem wurde auf der GWÖ Sommerwoche mit anderen GWÖ Berater:innen diskutiert, wie eine faire Abwicklung bei regional übergreifenden Angeboten aussehen kann.

Auf ein schädigendes oder diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmern wird komplett verzichtet. Marktmacht ist nicht vorhanden.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

- Austausch mit Mitunternehmern

Verbesserungspotenziale:

- Überführung relevanter Leistungen in Kooperative Angebote

Eigenbewertung

Keine Abzüge

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen



D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz)

	2018	2019	2020*
Projektanfahrten PKW / km	23.500	18.500	1.500
Projektanfahrten Öffi / km	5.500	7.000	920
% Anteil Öffentliche Verkehrsmittel	19%	27%	38%

*2020 kein vergleichbares Jahr

Die stärkste ökologische Auswirkung unserer Dienstleistung entsteht durch Fahrten zu und von Kundenprojekten und Veranstaltungen. Die in 2018 erstellte CO₂ Bilanz und die zugehörige Ausgleichsmaßnahme wird an Kunden kommuniziert und stützt dadurch die Bewusstseinsbildung bei unseren Kunden.

Unser Beratungsansatz führt dazu, dass wir im Vergleich zu Marktbegleitern weniger Beratungstage benötigen und damit auch geringere ökologische Auswirkungen erzeugen. Außerdem erfolgt die Anreise soweit möglich mit öffentlichen Verkehrsmitteln.

Aufgrund unseres entstehenden Markenbildes gehen wir davon aus, dass sich das Kundenspektrum langsam in Richtung nachhaltig agierender Unternehmen verschiebt. Durch deren Stärkung, stärken wir indirekt auch die Wirksamkeit und Sichtbarkeit ihrer Nachhaltigkeitsmaßnahmen.

Unsere Kunden werden bedarfsgerecht am CO₂ Ausstoß beteiligt. Flugreisen werden explizit ausgewiesen (CO₂ Ausstoß und Ausgleichskosten). Bei Fahrtkosten wird im Rahmen des Angebotes darauf hingewiesen. Wir unterstützen unsere Kunden durch den Nachweis ein CO₂ neutrales Projekt durchgeführt zu haben.

Wir bieten unsere Leistungen auch in virtuellen Formaten an. Dies wurde während der Corona Krise verstärkt nachgefragt, ist aber weiterhin auf einem mäßigen Niveau. Regelmäßig bieten wir unseren Kunden an das virtuelle Format in einem Pilotprojekt auszuprobieren, was gerne angenommen wird.

Gleichzeitig sind remote Formate kein Allheilmittel. Pro Stunde Videokonferenz werden bei 5 Teilnehmenden ca. 2 kg CO₂ (Quelle: https://klimakollekte.de/fileadmin/user_upload/Videokonferenzen_CO2_Bilanz.pdf)

erzeugt. Der klimafreundlichste Ansatz ist damit ein regionales Einsatzgebiet, längere Termine vor Ort, kürzere per Videokonferenz und der Einsatz von öffentlichen Verkehrsmitteln. Dies verfolgen wir konsequent.

Projektbezogene Anfahrten werden detailliert erfasst. Eine kontinuierliche Verschiebung von Reisekilometern vom PKW zur Bahn wird angestrebt, lässt sich aber in der Realität kaum steuern. Wichtiger ist hierzu die regionale Stärkung. Der im Rahmen der Beratung entstehende CO₂-Fußabdruck wird vollständig ausgeglichen.

Jährlich werden entstanden ökologische Auswirkungen im Rahmen einer CO₂ Bilanzierung ausgeglichen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Zertifizierung als CO₂ neutrales Unternehmen
- Aufnahme CO₂ Kosten in Angebotsunterlage

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Aufbau einer Systematik, welche die ökologischen und sozialen Auswirkungen der Kundenprojekte selbst für die Kunden verdeutlicht.

Selbsteinschätzung:

- Erfahren 5

D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz)

Unser Beratungsansatz führt dazu, dass wir im Vergleich zu Marktbegleitern weniger Beratungstage benötigen und damit auch geringere ökologische Auswirkungen erzeugen.

In allen Projekten achten wir darauf die Problemlösungskompetenz unserer Kunden zu erhöhen damit er sein nächstes Problem im Idealfall ohne Beratung durchführen kann. Wir gehen immer erst davon aus, dass ein angesprochenes Thema vom Kunden selbst gelöst werden kann, bzw. Fragen was er benötigt um es selbst zu lösen..

Soweit im Projektrahmen ersichtlich konzentrieren wir uns in Projekten auf tatsächliche Engpässe und Entwicklungsbedarf. Es geht nicht darum an allen erkannten Potenzialfeldern sofort Beratungsleistung zu verkaufen, sondern darum genau die Stellen zu bearbeiten, welche die Menschen gerade von den eigenen Zielen und Visionen abhält.

Eine Veränderung an diesen Engpassstellen verändert das System oftmals so deutlich, dass eine Bearbeitung vorher erkannter Potenzialfelder gar nicht mehr notwendig wird. Wir weisen dabei in der Analyse explizit auf solche Themen hin, um operative Hektik zu vermeiden.

Dem Kunden werden virtuelle Formate vorgeschlagen, soweit diese zur Zielerreichung nutzbar sind. Zielsetzung ist Reisezeiten, ökologische Auswirkungen und Kosten für den Kunden zu reduzieren.

In 2020 wurden kooperationsorientierte Beratungsangebote (analog Peer Evaluation) entwickelt. Dadurch konnten Kundenaufwände reduziert und zusätzlicher Mehrwert durch die Vernetzung der Unternehmen ermöglicht werden.

Durch die Zertifizierung zum Gemeinwohl-Ökonomieberater werden in Zukunft in Kundenprojekten verstärkt gemeinwohl-orientierte Perspektiven eingebracht.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Entwicklung Kooperativer Projektangebote
- Zertifizierung GWÖ Beratung

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Entwicklung Reporting, in welchem Kunden einfach die ökologischen Auswirkungen des Beratungsprojektes dargestellt werden können.

Selbsteinschätzung:

- Fortgeschritten 3

Negativ-Aspekt D3.3 Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen

Es werden keine unverhältnismäßigen ökologischen Auswirkungen im Rahmen der Tätigkeit akzeptiert. Ebenso findet kein Einsatz von Anreizsystemen statt.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

- Nicht relevant

Verbesserungspotenziale:

- Nicht relevant

Eigenbewertung

Keine Abzüge

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

D4.1 Kund*innen-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung

Verpflichtende Indikatoren	2018	2019	2020
Anteil der Innovationen mit Kundenbeteiligung	20%	25%	15%
Anteil der Innovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung	0%	20%	5%

Beratungsprodukte werden idealerweise gemeinsam mit Kunden entwickelt. Dazu bieten wir bei kleinen Aufwänden kostenfreie „Experimente“ an; alternativ auch kleine Projekte über Pay-what-it's-worth oder vergünstigte Tagessätze.

Beratungskonzepte im Entwicklungsstadium zeigen wir aktiv auf und bieten offenen experimentierfreudigen Kunden eine kooperative Entwicklung an.

Im Umfeld der Produktidee „Integrale KATA“ ist vorgesehen, diese über einen Community orientierten Ansatz zu entwickeln und alle Unterlagen unter Creative Commons Lizenz zur Verfügung zu stellen.

Ideen formulieren wir zuerst grob und testen das Kundeninteresse im direkten Gespräch oder über Blogartikel auf unserer Webseite, um bedarfsgerechte Konzepte zu entwickeln.

Eine direkte Beteiligung von Kunden an unternehmensinternen Entscheidungen findet aktuell nicht statt. Als ein möglicher Ansatz wird bei entsprechendem Wachstum durch die Einführung eines soziokratischen Top Kreises gesehen, in welchem Teilnehmer auch von Kunden und Partnern beteiligt sind.

Durch die Teilnahme an offenen Vernetzungsplattformen, z.B. AK 4.0 des IPRI und der IHK tauschen wir uns mit potenziellen Kunden über konkrete Themen und Bedürfnisse aus.

Gemeinsam mit und für StartUps wurde das Themenfeld ethisches Wirtschaften entwickelt.

In 2020 wurde gemeinsam mit einem Kunden begonnen einen Transformationsprozess in Richtung Postwachstums zu gestalten.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Preiskalkulation im Rahmen der Business Case Kalkulation erstellt.
- Staffelung der Preise für Industrie und Soziale Kunden und Rabattsystem GWÖ entwickelt
- Creative Commons Lizenz in Unterlagen integrieren.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Aktuell keine Maßnahmen geplant

Selbsteinschätzung:

- Fortgeschritten 2

D4.2 Produkttransparenz

Verpflichtende Indikatoren	2018	2019	2020
Anteil mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen*	-	-	-
Anteil mit ausgewiesenen Preisbestandteilen	-	-	100%
Ausmaß externalisierter Kosten	0%	0%	0%

* Nicht relevant, da keine Produkte vertrieben werden.

Alle unsere Produkte und Dienstleistungen werden auf der Webseite vorgestellt. Da nur Dienstleistung angeboten wird entfallen Fragen zu Inhaltsstoffen.

Wir haben eine transparente Kalkulation mit festen Tagessätzen. (gestaffelt nach Unternehmensgröße und für gemeinwohlorientierte Initiativen). Diese werden erweitert um

- Fester Rabattsatz von 10% für GWÖ bilanzierende Unternehmen.
- Wenn wir mit einem Projekt ein bislang nur theoretisches Konzept praktisch verifizieren können, geben wir unseren Entwicklungspartnern zusätzliche Rabatte.
- In Wettbewerbssituationen erhöhen wir unsere Tagessätze nicht, auch wenn wir Marktpreise unserer Mitunternehmer abschätzen können.

Kunden mit Anreise > 50 km einfach erhalten zwei alternative Tagessätze zur Auswahl:

- Tagessatz ohne Reisekosten, diese werden nach Bedarf mit 50% des Tagessatzes auf Stundenebene verrechnet.
- Tagessätze inklusive Reisekosten. Dabei sind diese auf 2-Tagestermine mit Übernachtung kalkuliert.

Je nach Projektsituation kann der Kunde selbst die für ihn attraktivere Variante auswählen.

Alle Preisbestandteile sind auf unserer Webseite einsehbar.

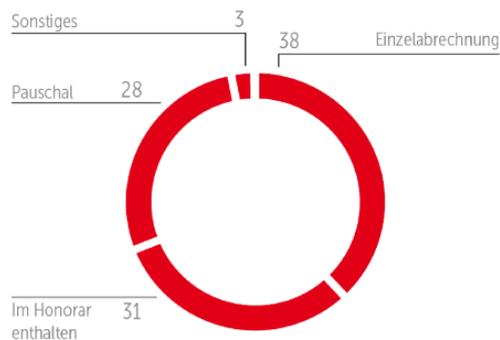
Zusätzlich weisen wir eine CO₂ Ausgleichspauschale bei Projekten mit Flugreisen aus. Bei normalen Projekten ist der CO₂ Ausgleich im km-Satz ausgewiesen. Durch diese Maßnahme steigern wir auch bei unseren Kunden das ökologische Bewusstsein. Außerdem werden durch diesen Ansatz Kunden mit weiteren Anfahrtswegen verursachungsgerecht beteiligt.

Unsere durchschnittlichen Tagessätze (ca. 1.200 €) liegen deutlich unter dem markierten Branchenschnitt

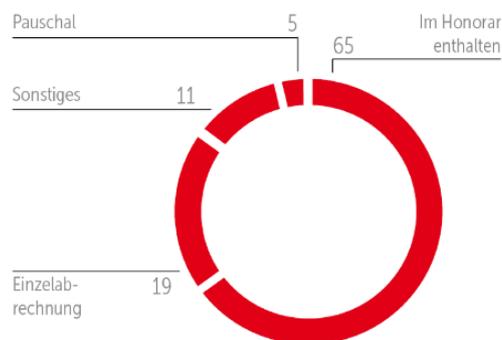
Umsatzschwerpunkt/ Größenklasse	Partner	Senior Manager	Manager	Senior Consultant	Consultant	Analyst	Support Staff
Strategie							
Groß	2.225 €	2.000 €	1.675 €	1.475 €	1.275 €	1.075 €	875 €
Mittel	1.975 €	1.675 €	1.625 €	1.475 €	1.325 €	1.125 €	700 €
Klein	1.750 €	1.525 €	1.425 €	1.300 €	1.075 €	625 €	550 €
Prozess und Organisation							
Groß	2.225 €	1.750 €	1.475 €	1.300 €	1.100 €	925 €	850 €
Mittel	1.775 €	1.525 €	1.500 €	1.325 €	1.200 €	1.100 €	650 €
Klein	1.625 €	1.400 €	1.325 €	1.175 €	975 €	675 €	450 €

Bei Reisezeit und Spesen agieren wir analog zur Branche

GRAFIK 13: ART DER ABRECHNUNG VON NEBENKOSTEN (IN %)



GRAFIK 14: ART DER REISEZEITENABRECHNUNG (IN %)



Quelle: Honorarstudie 2015/16 des Bundesverbandes Deutscher Unternehmensberater BDU e.V. und bieten sowohl inkludierte, pauschalierte oder Einzelabrechnung an.

Im Jahr 2020 haben wir für größere Projekte einen ethischen Fußabdruck entwickelt. Dieser ist bislang allerdings noch nicht zum Einsatz gekommen. Er lehnt sich strukturell an die GWÖ Matrix an.

Ethischer Fußabdruck				
Projekt:				
Datum:				
	Menschenwürde	Solidarität & Gerechtigkeit	Ökologische Auswirkungen	Transparenz & Mitbestimmung
Lieferant*innen				
Eigentümer & Finanzpartner		1		
Mitarbeitende		1	1	2
Kund*innen				
Gesellschaftliches Umfeld			1	

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Entwicklung Reporting, welches unseren Kunden am Projektende die sozioökologischen Auswirkungen des Beratungsprojektes visualisiert. (GWÖ Matrix mit 6 Farb Codierung)
- Honorare auf Webseite

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Aktuell keine Maßnahmen geplant

Selbsteinschätzung:

Fortgeschritten 3

Negativ-Aspekt D4.3 Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Verpflichtende Indikatoren	2018	2019	2020
Nicht ausgewiesene Gefahrstoffe	0%	0%	0%

Es wird bestätigt, dass keine für Kund*innen und Umwelt schädliche Schadstoffe oder Gefahrstoffe eingesetzt werden.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

- Nicht relevant

Verbesserungspotenziale:

- Nicht relevant

Eigenbewertung

Keine Abzüge

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben



In unserer Vision schreiben wir „Wir bauen auf eine ökologisch und ökonomisch lebenswerte Zukunft für uns und nachfolgende Generationen.“ Was dabei *lebenswert* bedeutet darf eine Individualentscheidung sein. Jede Einzelentscheidung muss sich aber in einem gesellschaftlichen Rahmen eingliedern. Solch ein Rahmen wird durch die Sustainable Development Goals vorgegeben und mit der Gemeinwohlökonomie ein System aufgezeigt, wie es real erfüllt werden kann.

Menschen in Organisationen stehen vor der Herausforderung diesen komplexen Wandel zu vollziehen. Unsere Dienstleistung unterstützt Unternehmen dabei diese Herausforderung zu meistern. Wie ein Katalysator initiieren wir Veränderung durch Erkenntnisgewinne der handelnden Personen oder beschleunigen die Veränderung durch co-kreative Zusammenarbeit und Reflexionsmöglichkeit.

Unsere Dienstleistung stärken den kooperativen Gedanken im und zwischen Unternehmen. Wir bearbeiten in unseren Projekten aus Sicht der GWÖ Bilanz damit primär die grün markierten Matrixfelder.

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette 1 2 3 4 5 6 8 10 12	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette 1 2 3 4 10 12	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette 6 7 12 13 14 15	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette 10
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln 8	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln 1 8	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung 3 6 7 8 9 11 13 14 15	B4 Eigentum und Mitentscheidung 10 16
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz 3 4 5 8 9 10	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge 1 3 5 8	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden 3 7 12 13 14 15	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz 10 16
D1 Ethische Kund*innenbeziehungen 10 12	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen 9 17	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen 6 7 12 13 14 15	D4 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz 12
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen 3 10 12	E2 Beitrag zum Gemeinwesen 8 9 10 11 16 17	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen 3 6 7 12 13 14 15 17	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung 10 11 16 17

Ein „System Unternehmen“ kann sich allerdings punktuell nur begrenzt weiterentwickeln. Eine Entwicklung in einem Bereich führt zwangsläufig zu sich verändernden Werten, bzw. ist

sogar nur möglich, wenn zuerst Werte aktiv verändert werden. (Quelle: Spiral Dynamics, Cohan, Beck, 2010). Mit dem Integralen Kompetenzmodell zeigen wir diesen Zusammenhang auf und schaffen damit Impulse, welche sich in allen anderen Themenfeldern widerspiegeln und von dort auch in das private Leben der Beschäftigten abstrahlt.

Bsp.: Sind Beschäftigte für ein Unternehmen so wichtig, dass Ihre Ängste und Sorgen wahrgenommen und berücksichtigt werden, kommt zwangsläufig auch „Klimawandel“ in den Blick. Diese Angst ernst zu nehmen bedeutet aber unternehmerisch zu reagieren und stärker auf Nachhaltigkeit zu achten. Die Bereitstellung von e-Bike Ladestationen mit Strom aus den Solarzellen vom eigenen Dach führt in Folge zu einer Veränderung der privaten Lebensgewohnheiten, da das e-Bike dann auch privat stärker zum Einsatz kommt. Das verbessert die Gesundheit und führt am Ende zu sinkenden Krankheitsquoten, was wiederum dem Unternehmen zugutekommt.

Durch die Zertifizierung zum GWÖ-Berater werden wir unsere Kunden in Zukunft auch bei der Transformation in eine gemeinwohlorientierte Zukunft begleiten. Erste Projekte haben in 2020 begonnen.

#		Anteil der Nutzenart in % des Gesamtsatzes:	Strategie- und Unternehmensentwicklung	Geschäftsmodellentwicklung & Corporate Cultural Fit	Digitalisierung	Innovationsmanagement	IT Entwicklung	Planung und Steuerung	Lean-Agility-New Work	InterTeam	Systemisches Coaching
1	Erfüllte Bedürfnisse										
1.1	... decken Grundbedürfnisse**	100	X	X	(X)	(X)	(X)	X	X	(X)	X
1.2	... Statussymbol/Luxus	0									
2	Dienen der Entwicklung										
2.1	... der Menschen	*	(X)	(X)	(X)	X	(X)	(X)	X	X	X
2.2	... der Erde/Biosphäre	*									
2.3	... löst gesellschaftlich/ökologische Probleme lt. UN-Entwicklungszielen	*									
3	Nutzen der Produkte/Dienstleistungen										
3.1	Mehrfachnutzen/einfacher Nutzen	100									
3.2	Hemmender/Pseudo-Nutzen	0									
3.3	Negativnutzen	0									

* Lässt sich nicht quantifizieren, da stark abhängig vom Projektrahmen und insbesondere den betreuten Kunden.

** Folgende neun Bedürfnisse laut M. Max-Neef und M. Rosenberg sind als menschliche Grundbedürfnisse zu verstehen: 1. **Lebenserhaltung**/Gesundheit/**Wohlbefinden**, 2. Schutz/**Sicherheit**, 3. Zuneigung/Liebe, 4. **Verstehen**/Einfühlung, 5. **Teilnehmen**/Geborgenheit, 6.

Muße/Erholung, 7. **kreatives Schaffen**, 8. **Identität/Sinn**, 9. Freiheit/Autonomie. Fett markiert die primär in Projekten betroffenen Bedürfnisse.

Mit unserem Angebot des systemischen Coachings ermöglichen wir zudem Individuen eine wertorientierte Persönlichkeitsentwicklung.

Unsere Dienstleistungen lösen oder mindern gesellschaftliche oder ökologische Probleme nur insofern, dass unsere Kunden Produkte und Dienstleistungen anbieten, welche dies erfüllen.

Innerhalb der Beratungsbranche setzen wir selbst Standards, um den eigenen Beschäftigten ein erfülltes Berufsleben zu ermöglichen. Dies dokumentieren wir unter anderem damit, dass wir in unserm Beratungssegment Vorreiter durch die GWÖ Bilanzierung sind und CO₂ neutrale Beratung anbieten.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Erweiterung Leistungsspektrum um Gemeinwohl-Ökonomie Beratung
- Statistik entwickeln, inwieweit unsere Kunden positive Auswirkungen auf die unter 2.x genannten Felder haben.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Steigerung des Kundenanteils mit positiver Wirkung darauf.

Selbsteinschätzung:

Fortgeschritten 3

E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Verpflichtende Indikatoren	2018	2019	2020
Anzahl der Aktivitäten*	1: 0 2: 10	1: 1 2: 20	1: 4 2: 50
Anzahl der erreichten Menschen			
Homepage (Anzahl Besucher)	1.800	6.600	10.050
Newsletter (Anzahl Empfänger)	0	35	90
YouTube Kanal (Anz. Follower / Anzahl Views)	0/0	3/500	20/2000

* 1 Newsletter, 2 Social Media Posts

Eine direkte gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen ist bei B2B in der Regel nicht vorhanden. Die Wirkung erfolgt annähernd immer mit einem oder mehreren Zwischenschritten. Unsere Leistungen unterstützen im Erkenntnisprozess und bei der Verbesserung.

Neben unserer Beratungsleistung teilen wir unser Wissen auf unterschiedlichen Plattformen. Interessierten bieten wir einen Newsletter an. Wir sind aktiv auf sozialen Plattformen und posten dort z.B. auch GWÖ relevante Inhalte.

In 2020 waren wir zudem unentgeltlich Teilgeber zweier Buchprojekte. Die Bücher erscheinen im Sommer 2021.

Eine Wirksamkeitsmessung der gesellschaftlichen Wirkung erfolgt bislang nicht.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Kontinuierliche Entwicklung der Kontakte

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Ansatz entwickeln, wie viele Menschen wir in Summe tatsächlich erreichen.
(Kundenprojekte, Veranstaltungen, ...)

Selbsteinschätzung:

Erste Schritte 1

Negativ-Aspekt E1.3 Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Verpflichtende Indikatoren	2018	2019	2020
Umsatzanteil unethische Produkte und DL	0	0	0
Umsatzanteil Kunden mit unethischen Produkten	0%	~5% (1)	~5% (2)

(1) Luftfahrt-Zulieferindustrie

(2) Technologie Großkonzern

Unsere Dienstleistungen haben keine direkten oder indirekten negativen Auswirkungen auf Leben und Gesundheit von Lebewesen. Sie stärken die Freiheit des Menschen und des Bewusstseins über die Relevanz der Biosphäre.

Im Berichtszeitraum haben wir zwei Projekte durchgeführt, bei welchen der Kunde in seinem Produktspektrum auch Produkte und DL aus der Liste der unethischen Produkte herstellt. Unsere Projekte waren weder in den betroffenen Segmenten, noch haben Sie dazu gedient diese zu Stärken.

Vielmehr haben wir durch unsere Tätigkeit das Bewusstsein für gemeinwohlorientierte Werte gestärkt.

Grundsätzlich sehen wir hier die Bewertungslogik durchaus kritisch.

Unethische Produkte sind häufig eine Altlast und die Unternehmen sind selbst bestrebt diese zu reduzieren. Eine Begleitung derartiger Unternehmenstransformationen wird durch die verpflichtenden Indikatoren negativ bewertet, selbst wenn die Leistung am Ende dazu führt, dass sich die Situation bei den betroffenen Unternehmen verbessert.

Wir verzichten daher explizit auf die im Arbeitsbuch definierte negative Bewertung.

Eine aktive Unterstützung von Kunden beim Aufbau oder der Stärkung unethischer Produkte und Dienstleistungen schließen wir aus.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

- Keine gesonderten Maßnahmen

Verbesserungspotenziale:

- Aktuell keine Maßnahmen geplant

Eigenbewertung

Keine Abzüge

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

E2.1 Steuern und Sozialabgaben



Verpflichtende Indikatoren	2018	2019	2020
Umsatz in T€	83,8 T€	103,1 T€	21,9 T€
Ertragssteuern in T€	3,5 T€	5,3 T€	0 T€
Ertragssteuern in %	4,18 %	5,14%	0%
Lohnsummen abhängige Steuern	0 €	0 €	0 €
Subventionen Förderungen	0 €	0 €	0 €

Das Unternehmen zahlt als KG reguläre Gewerbesteuern. Inhaberentnahmen werden zu den jeweils persönlichen Einkommenssteuersätzen veranschlagt. Da kein Geschäftsführergehalt gezahlt wird und noch keine Beschäftigten angestellt sind, gibt es ansonsten keine lohnsummenabhängigen Steuern.

Kapitalentnahmen werden über die persönliche Lohnsteuererklärung mit den persönlichen Steuersätzen versteuert.

Das Unternehmen erhält keine Subventionen oder Förderungen.

Zu der Gewerbesteuer hinzu kommt die individuelle Ertragssteuer der Anteilseigner, welche mit den individuellen Steuersätzen der beiden Inhaber besteuert werden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Keine Maßnahmen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Aufnahme der Punkte Steuervermeidung und Lobbyismus in die Ethikrichtlinie

Selbsteinschätzung:

Fortgeschritten 3

E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

Verpflichtende Indikatoren	2018	2019	2020
Gemeinwesenorientierte freiwillige Leistung in % der Gesamtjahresarbeitszeit	10%	10%	10%

Ca. 10% (Schätzung) der Arbeitszeit wurde im Berichtszeitraum für soziale, ehrenamtliche Tätigkeiten aufgewendet.

Darunter fallen:

- Juror/Coach im Start Social Wettbewerb. (2019 Juryphase I + II, 2019/20 Coachingphase, 20 Juryphase I)
- Engagement in der Regionalgruppe der Gemeinwohl – Ökonomie
- Vorstand Förderverein eines städtischen Gymnasiums
- Moderation mehrerer MeetUp Gruppe

Ein direkter Nutzen für das Unternehmen entsteht nicht. Das Engagement wird teilweise auf der Webseite kommuniziert und trägt damit zur Außenwirkung von YellowBirds bei. Dieser Effekt ist monetär nicht bewertbar.

Eine Wirksamkeitsmessung der Maßnahmen erfolgt aktuell nicht.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Unterstützung über Crowdfunding
 - Regionaler Unverpacktladen mit 150,- €
 - GWÖ Buch »24 wahre Geschichten...« des oekom Verlages mit 26,-€
 - Demokratiefestival 21/06/20 mit 200,- €
- Aufbau Meetup Gruppe
- Moderation mehrerer GWÖ Veranstaltungen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Aktuell keine Maßnahmen geplant

Selbsteinschätzung:

Fortgeschritten 3

Negativ-Aspekt E2.3 Illegitime Steuervermeidung

Es werden keine Praktiken der illegitimen Steuervermeidung betrieben.

Auf die Darstellung der verpflichtenden Indikatoren wird an dieser Stelle verzichtet, alle Daten finden sich bereits an anderen Stellen..

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

- Keine Maßnahmen

Verbesserungspotenziale:

- Keine Maßnahmen geplant

Eigenbewertung

Keine Abzüge

Negativ-Aspekt E2.4 Mangelnde Korruptionsprävention

Verpflichtende Indikatoren	2018	2019	2020
Offenlegung von Parteispenden	Ja	Ja	Ja
Offenlegung Lobbying	Ja	Ja	Ja
Aufforderung zum Offenlegen von Korruption und Schutz der Beschäftigten	Ja	Ja	Ja
Zweckbindung und Budgetkontrolle*	-	-	-

* Aktuell keine Budgets vorhanden

Es werden keine korruptionsfördernden Praktiken betrieben. Es werden keine Lobbying-Aktivitäten betrieben.

Die beiden Gründer haben in der Vergangenheit Schulung zum Thema Korruption und Kartellbildung erhalten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

- Keine Maßnahmen

Verbesserungspotenziale:

- Keine Maßnahmen geplant

Eigenbewertung

Keine Abzüge

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie



Die größte ökologische Auswirkung ergibt sich durch die Reisetätigkeiten zum Kunden. Durch den Regionalen Beratungsansatz (Ulm + 200km) können Fern-/Flugreisen weitestgehend vermieden werden. Beschäftigte werden motiviert öffentliche Verkehrsmittel zu nutzen, dazu wird Bahncard 50% bereitgestellt.

Im Büro wird Müll nach den gültigen Regelungen getrennt und entsorgt.

Es erfolgt eine jährliche Analyse des CO₂Fußabdrucks und Ausgleichszahlung über regionale und internationale Waldprojekte.

Ergebnisse 2019 / 2020:

	2019	
	[kg CO ₂ e]	[%]
Scope 1		
Wärme	0,0	0,0
Summe Scope 1	0,0	0,0
Scope 2		
Strom	1.515,8	9,8
Fremderzeugte Wärme	574,7	3,7
Fernkälte	0,0	0,0
Summe Scope 2	2.090,5	13,4
Scope 3		
Flüge	7.052,5	45,4
Miet- und Privatfahrzeuge	3.341,9	21,5
Anfahrt Mitarbeiter	1.237,3	8,0
Externes Rechenzentrum	876,0	5,6
Bahnfahrten	455,2	2,9
Vorkette Wärme/Kälte	243,6	1,6
Vorkette Strom	123,3	0,8
Externe Dienstleister	54,2	0,3
Büropapier	29,6	0,2
Druckerzeugnisse	19,4	0,1
Wasser	14,9	0,1
Entsorgung	7,4	0,0
Summe Scope 3	13.455,3	86,6
	15.545,8	100,0
Sicherheitsaufschl. (10 %)	1.554,6	
Gesamtergebnis	17.100,4	

Tabelle 1: Corporate Carbon Footprint 2019

Emissionsquelle		kg CO ₂	%
Scope 1	Wärme	0,0	0,0
<i>Zwischensumme Scope 1</i>		<i>0,0</i>	<i>0,0</i>
Scope 2	Strom	757,9	23,7
	Fremderzeugte Wärme	287,3	9,0
	Fernkälte	0,0	0,0
<i>Zwischensumme Scope 2</i>		<i>1.045,3</i>	<i>32,6</i>
Scope 3	Externes Rechenzentrum	876,0	27,3
	Anfahrt Mitarbeiter	652,6	20,4
	Miet- und Privatfahrzeuge	309,2	9,7
	Vorkette Wärme/Kälte	121,8	3,8
	Vorkette Strom	61,6	1,9
	Bahnfahrten	59,8	1,9
	Externe Dienstleister	30,1	0,9
	Druckerzeugnisse	19,4	0,6
	Büropapier	14,8	0,5
	Wasser	7,5	0,2
	Entsorgung	4,9	0,2
<i>Zwischensumme Scope 3</i>		<i>2.157,7</i>	<i>67,4</i>
Summe		3.203,0	100,0

Tabelle2: Corporate Carbon Footprint 2020

	2018*	2019	2020**
Ausgeglichener CO ₂ Fußabdruck	12T	18T	3,5T

* 2018 Rumpfgeschäftsjahr

** 2020 kein vergleichbares Geschäftsjahr

Die Zertifikatsnummer wird auf unserer Webseite und durch den Dienstleister veröffentlicht, über diese ist sowohl der Ausstoß als auch die Ausgleichsmaßnahmen ersichtlich.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- CO₂ Bilanz: <https://fpm.climatepartner.com/tracking/13013-1912-1001/de>
- TFU als Vermieter hat 2020 begonnen ebenfalls seinen CO₂ Fußabdruck auszugleichen.
- 2020 ~50% der privaten CO₂ Emissionen der Inhaber wurden ausgeglichen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Kontinuierliche Reduktion der Kennzahl CO₂ Ausstoßes / Umsatz

Selbsteinschätzung:

Fortgeschritten 3

E3.2 Relative Auswirkungen

Der Ausgleich des CO₂-Fußabdrucks ist weiterhin eine Ausnahme in der Beratungsbranche. Ein echter Vergleich der Umweltkonten ist daher nicht möglich.

Durch unseren Beratungsansatz entstehen allerdings bis zu 50% weniger Beratungstage als bei klassischer Beratungsunterstützung, was die grundsätzlich entstehenden ökologischen Auswirkungen deutlich reduziert.

Durch den regionalen Ansatz entstehen in der Regel keine Flugreisen. Der Anteil der Projektanreisen mit der Bahn konnte kontinuierlich gesteigert werden.

In 2020 wurde begonnen den Anteil an klimaneutralen Anfahrten ins Büro und die Anzahl der Homeofficetage zu erhöhen (Fahrrad, zu Fuß). Rechnet man die Coronazeit heraus, konnten ca. 10% der Anfahrten auf klimaneutrale Fortbewegungsmittel umgestellt werden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Umstellung Anfahrt Büro
- Stärkere Nutzung öffentliche Verkehrsmittel
- CO₂ Ausgleich 2019/2020

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Keine Maßnahmen geplant

Selbsteinschätzung:

Erfahren 6

Negativ-Aspekt E3.3 Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Es wird nicht gegen Umweltauflagen verstoßen bzw. die Umwelt wird nicht unangemessen belastet. An gesetzliche Auflagen wird sich gehalten.

Es gibt keine Kontroversen mit anderen Stakeholdern.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Keine Maßnahmen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Keine Maßnahmen geplant

Selbsteinschätzung:

Keine Abzüge

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung



E4.1 Transparenz

	2018*	2019	2020
Veröffentlichung Jahresabschluss	Juni 2019	März 2020	März 2021**
Gemeinwohl-Bilanz veröffentlicht	Nein	Ja	Ja

* 2018 Rumpfgeschäftsjahr

** aktuelle Planung

Wir streben eine transparente, vollständige und faktenbasierte Informationspolitik an. Dafür veröffentlichen unseren Jahresabschluss zeitnah im Bundesanzeiger und ergänzen es um den Gemeinwohlbericht.

Die Gemeinwohnbilanz ist auf der Webseite und bei ecogood veröffentlicht. Auf unserer Webseite informieren wir in einem Blog über den Bilanzierungsprozess und unser weiteres Engagement zur Gemeinwohl-Ökonomie. Es handelt sich im ersten Jahr um eine extern auditierte Kompaktbilanz, zum Wiederholungsaudit um eine Vollbilanz.

Bei der Erstellung der Bilanz 2019/2020 wurden im Rahmen der GWÖ Lernwegeteilnahme Marktbegleiter in die Bewertung der Bilanz hinzugezogen. In dem Prozess wurden zudem Impulse der Marktbegleiter aufgenommen und in den Bericht und die operativen Prozesse integriert.

Auf eine Integration von weiteren Interessensgruppen wird aktuell verzichtet. Werden im Laufe des Bilanzprozesses Mitarbeiter*innen eingestellt, so werden diese in den Prozess integriert. Ansonsten gibt es mittelfristig keine Vorhaben, für welche gesellschaftliche Transparenz relevant ist.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Datenschutzerklärung erstellt
- Gemeinwohlbericht veröffentlicht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Folgebilanz veröffentlichen

Selbsteinschätzung:

Erfahren 6

Aspekt E4.2: Gesellschaftliche Mitentscheidung

	2018*	2019	2020
Mitentscheidung der Berührungsgruppen	0%	0%	0%
Institutionalisierte Infrastruktur	Nein	Nein	Nein

* 2018 Rumpfgeschäftsjahr

Auf einen strukturellen Rahmen für die Einbeziehung gesellschaftlicher Interessengruppen wird aktuell verzichtet. In sozialen Medien wird kontinuierlich kommuniziert, Kommentare, Wünsche und Vorschläge werden gesichtet und zeitnah beantwortet. Wir bieten dem gesellschaftlichen Umfeld auf mehreren Plattformen und per Telefon und Mail die Möglichkeit mit uns in Kontakt zu treten.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Keine Maßnahmen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Aktuell keine Maßnahmen geplant

Selbsteinschätzung:

Erste Schritte 1

Negativ-Aspekt E4.3 Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Wir bestätigen, dass keine falschen Informationen über das Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene verbreitet werden.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

- Keine Maßnahmen

Verbesserungspotenziale:

- Aktuell keine Maßnahmen geplant

Selbsteinschätzung

Keine Abzüge

Ausblick

Kurzfristige Ziele

Kurzfristig gilt es auf die Gesellschafteränderung zum Wechsel des Geschäftsjahres zu reagieren. Einer der Gründer verändert seine Rolle als Geschäftsführer der operativen Gesellschaft und übernimmt eine Beiratsrolle.

Außerdem gilt es nach dem Krisenjahr wieder einen wirtschaftlich gesicherten Rahmen zu schaffen. Hier wird es sehr spannend werden, wie das Themenfeld GWÖ Beratung integriert und ausgebaut werden kann.

Unser Ziel ist dabei die aktuelle Verstärkung über eine freie Mitarbeiterin in eine Anstellung zu überführen und uns weiter zu stärken.

Die Nutzenargumentation unserer Leistungen wurde Ende 2020 geschärft. Das entwickelte Zielbild als Experten für Selbstmotivierende Organisationen gilt es mit weiteren Inhalten zu füllen. Hier können wir alle bislang entwickelten Methoden und Ansätze integrieren und für unsere Kunden zusätzlichen Nutzen stiften.

Die GWÖ Bilanz soll weiterhin unser kritischer Begleiter sein, gegen welche wir unternehmerische Entscheidungen messen.

Langfristige Ziele

Wir wollen unseren Teil dazu beitragen, dass sich die Gemeinwohlökonomie zu einem funktionierenden Ökosystem weiterentwickelt. Dazu messen wir den Umsatzanteil mit GWÖ bilanzierenden Unternehmen.

Außerdem ist es uns wichtig die Organisationsentwicklung, welche sich an die Bilanzierung anschließt, aktiv zu unterstützen. Wie bei allen Veränderungsprozessen in Unternehmen sind die größten Hindernisse auch bei einer GWÖ Bilanzierung nicht in den sicht- und messbaren Elementen des Unternehmens. Sie verstecken sich in unsichtbaren Bestandteilen von Haltung und Denken der Individuen sowie unternehmerischen Werten, Beziehungen und Kultur.

Gleichzeitig möchten wir die Bilanz nutzen, um freiwillig der Anforderungen der EU, Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (EU COM 2013/207) nachzukommen. Sowie unseren Beitrag zu den von der UN gesetzten Ziele der Sustainable Development Goals 2030 zu dokumentieren.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz /dem GWÖ-Bericht waren beteiligt:

- Matthias Rausch, Gründer und Gesellschafter Yellow Birds Consulting

Teilnehmende des GWÖ Lernweges

- Angelika Imdahl (Mitunternehmerin)
- Martin Gerstl (Mitunternehmer)

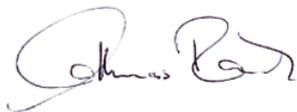
Zeitraum der Erstellung:

Juni 2020 bis Januar 2021

Zeitaufwand:

Auf eine detaillierte Zeiterfassung wurde verzichtet. Im Rückblick wird der Aufwand auf ca. 15 Personentage geschätzt. Der erneut relativ hohe Aufwand kommt aus der Entscheidung auf die Vollbilanz zu wechseln. Als zertifizierte GWÖ Berater gilt es, sich selbst noch kritischer mit dem eigenen Handeln auseinander zu setzen. Dem tragen wir mit der Vollbilanz Rechnung.

Dieser Gemeinwohlbericht wird auf der eigenen Internetseite, sowie bei ecogood.org öffentlich zugänglich gemacht.



Datum: 6. April 2021