



# Gemeinwohl-Bericht 2013

## UNTERNEHMEN

### Allgemeine Infos

- Firmenname: Ingenieurbüro für erneuerbare Energien - Schlagmann
- Branche: Dienstleistung (Energieberatung)
- Anzahl der MitarbeiterInnen (Vollzeitäquivalent): 2
- Umsatz: 105.000€
- Töchtergesellschaften / verbundene Unternehmen: keine
- Sitz + Homepage: 41464 Neuss, [www.energie-schlagmann.de](http://www.energie-schlagmann.de)
- Berichtszeitraum: Januar bis Dezember 2013

### Tätigkeitsbereich

Wir als Ingenieurbüro beschäftigen uns mit der Gebäudeenergieberatung im Schwerpunkt ökologisches und nachhaltiges Sanieren und Bauen. Wir begleiten unsere Kunden von der Erstberatung über die Ausführung (-splanung) bis zur Nachkontrolle.

**Unser Ziel: Energieeffizienzhäuser mit Nutzung erneuerbarer Energien.**

**Ökologisch. Ethisch. Sozial.**

Dienstleistungen	Anteil am Umsatz
Energieberatung	40 %
Ingenieurleistung	20 %
Baubegleitung	40 %

### Das Unternehmen und Gemeinwohl

Die Intention des Unternehmens ist die Verbesserung der Umwelt und das Wohlfühlen der Menschen in ihren Gebäuden. Wirtschaftlich und sozial ist das Unternehmen darauf aus für alle Beschäftigten ein gutes Auskommen zu haben und zufrieden zu sein. Es soll allen Mitarbeitern die Möglichkeit geben ihre Berufung zu leben.

### Zuordnung zur Regionalgruppe + Beschreibung des GWÖ-Engagements des Unternehmens

Zugehörigkeit zur Regionalgruppe Düsseldorf und Umgebung, aktive Unterstützung der Regionalgruppe sowie anderer Unternehmen bezüglich der GWÖ.



**GEMEINWOHL-MATRIX**



**TESTAT : PEER EVALUIERUNG**

**GEMEINWOHL-  
BILANZ** 2013

für Ingenieurbüro für erneuerbare Energien  
Begleitet von Maria Henkys

WERT BERÜHRUNGSGRUPPE	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Demokratische Mitbestim- mung & Transparenz
A) LieferantInnen	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement 70 %				40 %
B) GeldgeberInnen	B1: Ethisches Finanzmanagement				100 %
C) MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung 70 %	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit 50 %	C3: Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen 90 %	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens 90 %	C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz 50 %
D) KundInnen / Produkte / Dienstleistungen / Mitunternehmer	D1: Ethische Kundenbeziehung 80 %	D2: Solidarität mit Mitunternehmer 60 %	D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen 80 %	D4: Soziale Gestaltung der Produk- te und Dienstleistungen 20 %	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards 20 %
E) Gesellschaftliches Umfeld: Region, Souve- rän, zukünftige Genera- tionen, Zivilgesellschaft, Mitmenschen und Natur	E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / DL 70 %	E2: Beitrag zum Gemeinwesen 30 %	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen 30 %	E4: Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung 100 %	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung 10 %
<b>Negativ-Kriterien</b>	Verletzung der ILO- Arbeitsnormen/ Menschenrechte 0 Menschenunwürdige Produkte, z.B. Tretminen, Atomstrom, GMO 0 Beschaffung bei / Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen 0	Feindliche Übernahme 0 Sperrpatente 0 Dumpingpreise 0	Illegitime Umweltbelastungen 0 Verstöße gegen Umweltauflagen 0 Geplante Obsoleszenz (kurze Lebensdauer der Produkte) 0	Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens 0 Arbeitsplatzabbau oder Standortverlagerung bei Gewinn 0 Umgehung der Steuerpflicht 0 Unangemessene Verzinsung für nicht-mitarbeitenden Gesellschafter 0	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Töchter 0 Verhinderung eines Betriebsrats 0 Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbies / Eintragung in das EU-Lobbyregister 0 Exzessive Einkommens- spreizung 0

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

Testat gültig bis 31.03.2016

**BILANZSUMME 605**

**Hiermit bestätigen wir, dass wir keines der Negativkriterien erfüllen.**





## INHALTSVERZEICHNIS

UNTERNEHMEN.....	1
GEMEINWOHL-MATRIX.....	2
INHALTSVERZEICHNIS .....	4
GENAUE BESCHREIBUNG DER EINZELNEN KRITERIEN .....	5
A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSMANAGEMENT .....	5
B1 ETHISCHES FINANZMANAGEMENT .....	7
C1 ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GLEICHSTELLUNG .....	8
C2 GERECHTE VERTEILUNG DER ERWERBSARBEIT .....	9
C3 FORDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITERINNEN .....	10
C4 GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS .....	11
C5 INNERBETRIEBLICHE DEMOKRATIE UND TRANSPARENZ .....	12
D1 ETHISCHES VERKAUFEN .....	13
D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN.....	14
D3 ÖKOLOG. GESTALTUNG DER DIENSTLEISTUNGEN .....	15
D4 SOZIALE GESTALTUNG DER DIENSTLEISTUNGEN .....	16
D5 ERHÖHUNG DES SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS .....	17
E1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER DIENSTLEISTUNGEN .....	18
E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN .....	19
E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN .....	20
E4 GEMEINWOHLORIENTIERTE GEWINNVERTEILUNG .....	21
E5 GESELLSCHAFTL. TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG .....	21
AUSBLICK .....	22
BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ.....	22



## GENAUE BESCHREIBUNG DER EINZELNEN KRITERIEN

### A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSMANAGEMENT

**Berücksichtigung regionaler, ökologischer und sozialer Aspekte bzw. höherwertiger Alternativen (Relevanz: hoch)**

<b>Ausgabenposten + % der Ausgaben</b>	<b>Erläuterung und (soziale, ökologische, regionale) Bewertung</b>
Betriebsausstattung (23%)	Als größte Anschaffungen wurden im Bilanzjahr ein Computer, Smartphone (gebraucht), Messgerät (gebraucht), Stehtisch, Heizungsregler, Aufbewahrungskisten (Holz) getätigt. Das Smartphone und das Messgerät wurden als gebrauchte Geräte über den Versandhandel (KMU) erworben. Der Stehtisch sowie die Heizungsregler wurden aufgrund von mangelnder Auswahl im lokalen Fachhandel ebenfalls über den Versandhandel (KMU/Konzern) bezogen. Die Aufbewahrungskisten wurden im lokal ansässigen aber multinationalen Einrichtungskonzern (Sitz: Niederlande) gekauft. Der Computer wurde ebenfalls im lokal ansässigen aber multinationalen Discounterkonzern (Sitz: Deutschland) gekauft.
Mobilität (18%)	Fahrten zu Kunden und zu Dozententätigkeiten. <ul style="list-style-type: none"> <li>• PKW Diesel (10 Jahre alt, mit Rußpartikelfilter; Ø 6,7 Liter/100km), ca. 60%</li> <li>• Schienenpersonenfernverkehr, ca. 40%</li> </ul>
Büroraum (17%)	Das Büro ist in der Mietwohnung integriert (Mehrfamilienhaus, unsaniert). Der Strom wird bei einem 100%igen Ökostromanbieter (Grüner Strom Label GOLD) aus Düsseldorf bezogen (seit 2010). Das Erdgas für die Heizung wird über einen Energieversorger aus Köln bezogen (seit 2011). Das Unternehmen gibt an als klimaneutrales Unternehmen zertifiziert zu sein, dies gilt allerdings nicht für das von uns bezogene Erdgas.
Fremddienstleistungen (10%)	Steuerberater, Architekt, Grafikerin Alle drei Unternehmen sind lokale befreundete Kleinunternehmen zu denen eine langjährige Geschäftsbeziehung besteht.
Kommunikation (Telefon/Internet) (9%)	Die Versorgung mit Telefon und Internet erfolgt über drei unterschiedliche Unternehmen (2 x AG, 1 x GmbH). Zwei Unternehmen haben den Sitz in Deutschland, eines in Spanien. Das Unternehmen in Spanien (die deutsche Tochtergesellschaft) gibt an, die Treibhausgasemissionen durch Klimaschutzprojekte zu kompensieren.
Betriebsbedarf und Drucksachen (7%)	Der Betriebsbedarf wird von einem Versandhandel bezogen der sich auf ökologische und nachhaltige Produkte spezialisiert hat. Die Drucksachen (Flyer, Visitenkarten) werden ebenfalls über einen Versandhandel bezogen. Gedruckt wird auf zertifiziertem Recyclingpapier mit Farben auf Pflanzenölbasis.
Messgeräte (6%)	Für bestimmte Dienstleistungen werden spezielle Messgeräte benötigt. Diese werden bei einem regional ansässigen Kleinunternehmen (langjährige Geschäftsbeziehung) jeweils für die Einsätze gemietet.
Verpflegung (5%)	Das den Mitarbeitern zur Verfügung gestellte Mineralwasser wird vom lokalen Bio-Lebensmittelhandel bezogen. Das Mineralwasser selber kommt aus dem bergischen Land (ca. 25 km), in PET Mehrwegflaschen.



Versicherung (5%)	Die Betriebshaftpflichtversicherung wurde mit einer großen Versicherungsgruppe (AG) aus Nürnberg abgeschlossen. Die Geschäftsbeziehung besteht seit 2010. Es handelt sich bei der Versicherung um eine spezielle Rahmenvereinbarung für Energieberater.
-------------------	---

Insgesamt wird im Unternehmen versucht möglichst wenig zu beschaffen, nur was auch notwendig ist. Es wird bevorzugt bei regionalen Unternehmen eingekauft. Unternehmen bei denen unethische Geschäftsgebaren bekannt bzw. zu vermuten sind werden gemieden. Bei Einkäufen über den Versandhandel wird versucht gleich mehrere Artikel zu kaufen.

**Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken zugekaufter P/D und Prozesse zur Sicherstellung (Relevanz: mittel)**

Beim Zukauf von Produkten handelt es sich in der Regel um einzelne Anschaffungen. Vor der Beschaffung von Produkten und Dienstleistungen wird sich aktiv mit den Auswirkungen auseinandergesetzt. Anschaffungen werden nur getätigt wenn diese sinnvoll sind. Bei den zugekauften Produkten wird großer Wert auf Langlebigkeit gelegt.

**Strukturelle Rahmenbedingungen zur fairen Preisbildung (Relevanz: niedrig)**

Die Qualität, Nachhaltigkeit und Sozialgerechtigkeit der zugekauften P/D ist wichtiger als ein günstiger Preis. Bei Einkäufen wird großer Wert auf die Seriosität und Zuverlässigkeit des Geschäftspartners gelegt. Langfristige, kooperative Beziehungen zu Lieferanten werden angestrebt.

**Weitere Aussagen über die jeweiligen Subindikatoren hinaus**

Bei der Ernährung (vegetarisch) wird auf die Verwendung von vorwiegend Bio-Lebensmitteln und Fairtrade - Produkten vom regionalen Bio-Laden und lokalen Bauernmarkt Wert gelegt.



## B1 ETHISCHES FINANZMANAGEMENT

### **Institutionalisierung (Relevanz: mittel)**

Umsetzung des ethischen Finanzmanagements in allen Unternehmensaktivitäten. Alle Finanzen werden über eine nachhaltig/ethisch ausgerichtete Genossenschaftsbank abgewickelt.

### **Ethisch-nachhaltige Qualität des Finanzdienstleisters (Relevanz: niedrig)**

Die Genossenschaftsbank investiert ausschließlich in ökologische und soziale Projekte und Unternehmen. Als nachhaltigstes deutsches Unternehmen wurde die Bank 2012 ausgezeichnet. Die Bank bietet ihren Kunden sozial-ökologisch sinnvolle Geldanlagen, vom Girokonto und Sparangeboten über Finanzierungen und Beteiligungen bis hin zum Stiften und Schenken. Ihre Kunden können Mitglied und somit Eigentümer der Bank werden. (Sinn steht vor Gewinn.) Die Transparenz ist auf der Homepage der Bank mittels Berichten, Zahlen und Fakten usw. gegeben.

### **Gemeinwohlorientierte Veranlagung (Relevanz: hoch)**

Es sind keine Kapitalanlagen vorhanden. Der Unternehmensgewinn verbleibt zurzeit auf dem Geschäftskonto bei der Genossenschaftsbank, wo es keine Zinsen gibt.

### **Gemeinwohlorientierte Finanzierung (Relevanz: niedrig)**

Die Finanzierung des Unternehmens erfolgt(e) zu 100% mit Eigenkapital. Es gibt keine Fremdfinanzierung. Das Eigenkapital kommt ebenfalls von einem zinsfreien Privatkonto bei der Genossenschaftsbank.

### **Weitere Aussagen über die jeweiligen Subindikatoren hinaus**

Auch die Privatkonten (Girokonten) der Mitarbeiter sind bei der Genossenschaftsbank geführt. Unsere Kunden bekommen auf Anfrage ein verlängertes Zahlungsziel ohne Aufschlag von Zinsen.



## C1 ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GLEICHSTELLUNG

### Allgemeines

Im Unternehmen sind ein festangestellter Mitarbeiter (männlich) unbefristet sowie der Inhaber (männlich) beschäftigt.

### Mitarbeiterorientierte Organisationskultur und -strukturen (Relevanz: mittel)

Dem Mitarbeiter wird eine hohe Mitbestimmung ermöglicht. Insgesamt hat der Mitarbeiter eine hohe Entscheidungsbefugnis, eine hohe Selbstorganisation wird gefördert, Mitarbeitergespräche finden (nach Bedarf) min. 2-mal pro Jahr statt. Es wird großer Wert auf betriebliche Weiterbildung gelegt. Im Betrachtungszeitraum 2013 waren es 4 Weiterbildungstage pro Person.

### Faire Beschäftigungs- und Entgeldpolitik (Relevanz: mittel)

Der Mitarbeiter hat einen unbefristeten Arbeitsvertrag, es gelten die gesetzlichen Kündigungsfristen. Im Arbeitsvertrag sind keine unethischen und unsozialen Klauseln enthalten. Die Gehaltspolitik wird offen kommuniziert, der Mitarbeiter wird in die Entscheidungen einbezogen.

### Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung einschließlich Work-Life-Balance/ flexible Arbeitszeiten (Relevanz: mittel)

Fachgerechte Bildschirmarbeitsplätze mit entsprechender Beleuchtung und ein Stehtisch um Arbeiten auch im Stehen vornehmen zu können sind vorhanden.

Da wir für unsere Kunden als Ansprechpartner zur Verfügung stehen müssen, gibt es relativ geregelte Arbeitszeiten, 9 – 18 Uhr, inkl. 1 Stunde Pause, bei einer 5 Tage Woche (Mo.-Fr.). Der Mitarbeiter hat aufgrund der räumlichen Nähe die Möglichkeit in der Pause nach Hause zu seiner Familie zu fahren (Fahrrad), dies nutzt er regelmäßig.

Dem Mitarbeiter stehen 30 Tage Urlaub im Jahr zu, die auch genommen werden. Der Inhaber hatte im Jahr 2013 50 Tage Urlaub.

Die Krankheitstage sind im Unternehmen sehr gering, sollte jemand krank sein steht die Gesundheit vor der Arbeit. Der Mitarbeiter war im Betrachtungszeitraum 4 Tage krank, der Inhaber 4-5 Tage.

Eine gesunde vegetarische Ernährung wird vom Inhaber vorgelebt.

### Gleichstellung und Diversität/Vielfältigkeit (Relevanz: mittel)

Im Unternehmen sind der Inhaber und ein Angestellter tätig. Der Mitarbeiter ist deutsch/griechischer Abstammung (vor zwei Jahren aus Griechenland nach Deutschland gezogen). Das Angestelltenverhältnis ist auf eine langfristige Zusammenarbeit ausgelegt.





## C2 GERECHTE VERTEILUNG DER ERWERBSARBEIT

### Senkung der Normalarbeitszeit (Relevanz hoch)

Regelmäßige Arbeitszeiten:

- Angestellter Mitarbeiter 40 Std./Woche
- Inhaber 50-60 Std./Woche (neben den täglichen Arbeiten fallen noch Arbeiten wie Buchhaltung usw. an. Diese werden oft abends bzw. am Wochenende erledigt)

Sofern Überstunden anfallen, werden diese zeitnah eigenverantwortlich vom Mitarbeiter mit Freizeitausgleich ausgeglichen. Im Betrachtungszeitraum waren es 5 Tage. Auf's Jahr gesehen wird versucht kein Ungleichgewicht entstehen zu lassen.

Im Tagesgeschäft entscheidet der Mitarbeiter selber wann er Überstunden macht und wann diese ausgeglichen werden (Zeit). Bei hoher Auftragslage wird in Absprache mit dem Mitarbeiter eine Phase (1-2 Wochen) der Langarbeit vereinbart. Die dadurch angefallenen Überstunden werden mit Freizeit ausgeglichen.

Es gibt keine All-Inclusive-Arbeitsverträge.

### Erhöhung des Anteils der Teilzeit-Arbeitsmodelle und Einsatz von Zeitarbeit (bei adäquater Bezahlung) ( Relevanz: mittel)

Im Bilanzjahr gab es keinen Zeitarbeiter(in), auch wurde keine Beschäftigung in Teilzeit ausgeführt. Ebenso gab es keine Neueinstellungen. In Absprache und unter Berücksichtigung der betrieblichen Abläufe würde dem Mitarbeiter ein Teilzeit-Arbeitsmodell ermöglicht.

### Bewusster Umgang mit (Lebens-) Arbeitszeit (Relevanz: mittel)

Die Mitarbeiter sollen Ihre (Lebens-) Arbeitszeit selbstständig organisieren. Auch während der Arbeitszeit wird versucht eine sehr gute Atmosphäre zu schaffen, sodass die Arbeitszeit nicht zu einer Belastung sondern mit zu einem erfüllten Leben beiträgt. Private und familiäre Besonderheiten haben Vorrang. Aufgrund der Unternehmensgröße und der betrieblichen Abläufe ist ein relativ geregeltes Arbeitszeitmodell notwendig. In Absprache können natürlich Lösungen gefunden werden.



## C3 FORDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITERINNEN

### **Ernährung während der Arbeitszeit (Relevanz: hoch)**

Im Unternehmen selber wird in der Regel keine Ernährung zur Verfügung gestellt. Lediglich Mineralwasser wird in ausreichender Menge kostenlos zu Verfügung gestellt. Dies wird beim örtlichen Bioladen bezogen.

Der Inhaber des Unternehmens ist selbst Vegetarier und legt besonderen Wert auf eine biologische Ernährung (ca. 90%) und versucht dadurch eine Vorbildfunktion zu erfüllen.

Der Mitarbeiter geht zu den Pausenzeiten nach Hause und kann somit im Kreis seiner Familie essen. Er legt auch großen Wert auf eine gesunde Ernährung (überwiegend Vegetarisch, ca. 75% biologisch).

### **Mobilität zum Arbeitsplatz (Relevanz: hoch)**

Der Mitarbeiter kommt in der Regel mit dem Fahrrad (99%) zu Arbeit. Der Inhaber wohnt am Standort des Unternehmens und hat somit keinen Weg zur Arbeit.

### **Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse (Relevanz: mittel)**

Das Unternehmen hat den Schwerpunkt einer nachhaltigen/ökologischen Energieberatung, was sich durch das gesamte Unternehmen bis hin zu dem privaten Bereich der Mitarbeiter zieht.

Es ist uns ein großes Anliegen unser Leben auf der Erde so ökologisch wie möglich zu gestalten.



## C4 GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS

### **Innerbetriebliche Bruttoeinkommensspreizung im Unternehmen (Relevanz: hoch)**

Im Bilanzjahr lag die Einkommensspreizung bei ca. 1:1,5.

### **Mindesteinkommen (Relevanz: mittel)**

Das Mindesteinkommen (netto) lag im Bilanzjahr am Anfang unterhalb des Auskömmlichen, wurde aber im Laufe des Jahres auf ein auskömmliches Niveau erhöht. Die anfängliche Unterbezahlung erfolgte in Absprache mit dem Mitarbeiter. Durch diese wurde es überhaupt möglich eine Vollzeitstelle einzurichten und somit dem Mitarbeiter (und seiner Familie) eine Zuwanderung aus Griechenland zu ermöglichen.

Da das Unternehmen noch relativ jung ist, können zurzeit keine dem Ausbildungstand entsprechenden Löhne gezahlt werden. Eine weitere Erhöhung auf ein angemessenes (gemeinwohlorientiertes) Niveau ist vorgesehen und wird jedes Jahr geprüft. Insgesamt ist das Einkommen in der Energieberaterbranche unterdurchschnittlich.

### **Transparenz und Institutionalisierung (Relevanz: niedrig)**

Die Einkommen werden transparent offengelegt, die Entwicklung wird regelmäßig mit dem Mitarbeiter besprochen.



## C5 INNERBETRIEBLICHE DEMOKRATIE UND TRANSPARENZ

### **Grad der Transparenz (Relevanz: niedrig)**

Im Unternehmen wird ein hoher Grad an Transparenz gelebt, die Finanzbilanz (Einnahmenüberschussrechnung) wird jährlich mit dem Mitarbeiter besprochen. Durch die Erstellung und Miteinbeziehung des Mitarbeiters bei der Ausarbeitung des GWÖ-Berichts wird die Transparenz weiter erhöht.

### **Legitimierung der Führungskräfte (Relevanz: mittel)**

Neben dem Inhaber sind keine weiteren Führungskräfte im Unternehmen vorhanden. Der Subindikator trifft somit nicht zu, die Bewertung wird auf die anderen Subindikatoren umverteilt.

### **Mitbestimmung bei Grundsatz- und Rahmenentscheidungen (Relevanz: hoch)**

Besonders bei wichtigen Entscheidungen wird nach Vorüberlegung gemeinsam mit dem Mitarbeiter entschieden. Da der Mitarbeiter von den Entscheidungen in der Regel direkt bzw. indirekt betroffen ist, ist seine Meinung sehr wichtig und er wird in die Entscheidungsfindung mit einbezogen. Der Führungsstil des Inhabers/Vorgesetzten wird vom Mitarbeiter als „beratend“ bis „kooperativ“ (je nach Situation) eingestuft.

### **Mit-Eigentum der MitarbeiterInnen (Relevanz: mittel)**

Da es sich um ein Einzelunternehmen handelt, liegt das Eigentum komplett in der Hand des Inhabers.



## D1 ETHISCHES VERKAUFEN

### **Gesamtheit der Maßnahmen für eine ethische Kundenbeziehung (ethisches Marketing + Verkauf) (Relevanz: hoch)**

Bei unserer Werbung (Ausstellung auf Messen, Flyer, Webseite) stellen wir unsere angebotenen Leistungen dar. Der Kunde kommt mit seinen Wünschen/Vorstellungen zu uns und wir stimmen unseren Leistungsumfang dann mit dem Kunden ab. Die Kunden bekommen von uns nur die Leistungen die benötigt werden bzw. sinnvoll sind. Wenn Leistungen von uns gewünscht werden die wir nicht ausführen können (fachlich), bieten wir diese nicht, bzw. bieten eine Kooperation mit Geschäftspartnern an.

Wir legen sehr großen Wert auf eine gesunde Kundenbeziehung, bei Problemen wird das gemeinsame Gespräch gesucht.

### **Produkttransparenz, Fairer Preis und ethische Auswahl der KundInnen (Relevanz: niedrig)**

Unsere Dienstleistungen und die dazugehörige Preisbildung werden gegenüber dem Kunden offengelegt. Bei der Preisbildung wird eine langfristige Sicherstellung der Arbeitsbeschaffung (Ausweitung) sowie ein auskömmliches Einkommen berücksichtigt.

Unser Ziel ist es Kunden zu bedienen, die unsere Dienstleistung in erster Linie aus ökologischen bzw. gesundheitlichen (ethischen) Gründen in Anspruch nehmen. Das Ziel der Energieeinsparung muss vorrangig aus ökologischen Gesichtspunkten gesehen werden. Bei der branchenüblichen Wirtschaftlichkeits-(Profit)-Betrachtung werden nicht alle Faktoren berücksichtigt, so dass dies keine nachhaltige Betrachtung sein kann. Beispiel: Negative Folgen (Klima, Umwelt, Gesundheit) von Primärrohstoffvernichtung (Uran, Öl, Erdgas, Kohle)

### **Umfang der KundInnen-Mitbestimmung/ gemeinsame Produktentwicklung/ Marktforschung (Relevanz: mittel)**

Die Kunden können bei unseren Dienstleistungen im großen Umfang mitbestimmen. Bei der Beratung definieren Sie das Ziel und wir erarbeiten mit Ihnen den Weg dorthin. Bei der Baubegleitung bestimmt der Kunde in welchem Umfang wir ihn bei der Sanierung begleiten. Es können nur einige wenige Schritte sein oder aber auch die komplette Baubegleitung von A bis Z, immer unter Berücksichtigung, welche Schritte wichtig bzw. sinnvoll sind.

### **Service-Management (Relevanz: mittel)**

Der Kunden-Service ist bei uns mit das wichtigste Erfolgskriterium, darauf wird sehr großen Wert gelegt. Im Bilanzjahr gab es bei 6% der Aufträge Beschwerden, die jedoch im Gespräch mit den Kunden geklärt werden konnten. Die Geschäftsbeziehungen bestehen weiterhin, Beschwerden werden individuell vom Inhaber selber bearbeitet.

### **Weitere Aussagen über die jeweiligen Subindikatoren hinaus**

Kurzfristiges Ziel ist es, einen Bewertungsbogen zu erstellen und unsere Leistung von den Kunden bewerten zu lassen. Daraus sollen dann Verbesserungen in unser Unternehmen übernommen werden.



## D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

### **Offenlegung von Informationen + Weitergabe von Technologie (Relevanz: mittel)**

Informationen werden auf Rückfrage offengelegt, es wird immer versucht Mitunternehmen zu helfen. Der Inhaber selber ist Dozent und bildet Kollegen aus, bzw. weiter.

### **Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen und Finanzmitteln; kooperative Marktteilnahme (Relevanz: hoch)**

Geschäftsfelder die durchs eigene Unternehmen nicht abgedeckt werden können (fachlich/zeitlich) werden an befreundete Unternehmen in der Region weitervermittelt, bzw. es wird in Kooperation gearbeitet.

### **Kooperatives Marketing (Relevanz: mittel)**

Da die Energieberaterbranche eher ein negatives Image hat, wird beim Marketing versucht die ganze Branche ins positive Licht zu rücken. Mitbewerber werden wertschätzend einbezogen. Das Unternehmen ist Mitglied im Deutschen Energieberaternetzwerk e.V.. Dort findet unter anderem ein kooperatives Marketing statt.

### **Weitere Aussagen über die jeweiligen Subindikatoren hinaus**

Zum Ende des Bilanzjahres wurde - unter anderem durch uns - ein Energieberaterstammtisch gegründet. Dieser Stammtisch dient der besseren Vernetzung und der Weitergabe von Wissen, erste Schritte zu Kooperationen entwickeln sich.



### D3 ÖKOLOG. GESTALTUNG DER DIENSTLEISTUNGEN

#### **Dienstleistungen sind im ökologischen Vergleich zu DL von MitbewerberInnen bzw. Alternativen von gleichem Nutzen (Relevanz: hoch)**

Bei unseren Dienstleistungen legen wir großen Wert auf eine ganzheitliche Betrachtung, hier einige Erläuterungen am Beispiel der Wärmedämmung:

Bei einer Wärmedämmung des Gebäudes muss auch eine Optimierung der Heizungsanlage erfolgen damit die maximalen Einsparungen auch erzielt werden können. Des Weiteren ist es wichtig nicht nur die Energie zu betrachten die die Wärmedämmung einspart, sondern auch die gesamte Energie (graue Energie) mit einzubeziehen die das Material im Laufe seines Produktlebenszyklus (Rohstoffgewinnung/Herstellung/Nutzung/Entsorgung) verbraucht.

Wiederum ist es nur bis zu einem gewissen Punkt sinnvoll, die Dämmstoffstärke zu erhöhen. Es gibt eine Nutzwelle ab der die Bilanzierung der Energieeinsparung und die Aufwendungen von Energie und Kosten nicht mehr positiv ausfällt.

Bei unseren Beratungen versuchen wir die Kunden zu ökologische(er)n Materialien und zum Einsatz von erneuerbaren Energien zu bewegen.

#### **Suffizienz (Genügsamkeit): Aktive Gestaltung für eine ökologische Nutzung und suffizienten Konsum (Relevanz: mittel)**

Bei unseren Beratungen machen wir nur Vorschläge die auch einen tatsächlichen/relevanten Nutzen (Energieeinsparungen) haben. Ebenso versuchen wir - da wo es geht - Bauteile instand zu setzen bzw. wieder zu verwenden. Beispiel: Nachjustierung und Glasaustausch bei Fenstern anstelle des gesamten Austauschs.

Ein wichtiger Punkt von uns ist auch, den Kunden ausführlich über sein Nutzerverhalten aufzuklären, da dieser großen Einfluss auf die Energieeinsparungen hat.

#### **Kommunikation: Aktive Kommunikation ökologische Aspekte den KundInnen gegenüber (Relevanz: mittel)**

Die ökologischen Aspekte sind ein wesentlicher Bestandteil unserer Beratungen. Bei den Beratungsgesprächen klären wir den Kunden ausführlich über die ökologischen Auswirkungen der durch uns beratenen Maßnahmen und die empfohlenen Materialien auf.



## D4 SOZIALE GESTALTUNG DER DIENSTLEISTUNGEN

### **Erleichterter Zugang zu Informationen/Dienstleistungen für benachteiligte KundInnen-Gruppen (Relevanz: hoch)**

\*Benachteiligte KundInnen-Gruppen: beispielsweise einkommensschwache Haushalte, Menschen mit Lernschwierigkeiten, Menschen mit körperlichen Beeinträchtigungen, ältere Menschen, MigrantInnen, queere Menschen. Und auch: NGOs, gemeinnützige Einrichtungen, zivilgesellschaftliche Projekte und Initiativen. Und auch: nichtkommerzielle Einrichtungen aus den Bereichen Bildung, Gesundheits- und Sozialwesen

Unsere Beratung findet grundsätzlich persönlich beim Kunden vor Ort statt. Durch dieses Vorgehen bieten wir auch benachteiligten Gruppen (Menschen mit Lernschwierigkeiten, Menschen mit körperlichen Beeinträchtigungen und ältere Menschen) einen Zugang zu unseren Dienstleistungen. Finanziell benachteiligten Gruppen bieten wir abgestimmte Energieberatungen (z.B. Stromsparberatungen) an. Bei diesen Beratungen wird darauf geachtet, dass die Maßnahmen auch mit geringen finanziellen Mitteln umgesetzt werden können.

### **Förderungswürdige Strukturen werden durch Vertriebspolitik unterstützt (Relevanz: mittel)**

\*\*Förderungswürdige Strukturen: kleine und mittelständische Unternehmen (KMU), regionale Unternehmen und Unternehmen, die sich besonders für das Gemeinwohl engagieren

Dieser Subindikator entfällt im Bilanzjahr 2013, da keine Unternehmen mit förderungswürdigen Strukturen bedient wurden. Die Bewertung wird auf die anderen Subindikatoren umverteilt.

### **Weitere Aussagen über die jeweiligen Subindikatoren hinaus**

Bei unseren Dienstleistungsangeboten erarbeiten wir immer gemeinsam mit den Kunden den Umfang unserer Tätigkeiten, wodurch wir individuell auf die finanziellen Möglichkeiten eingehen können. Unsere Dienstleistungen werden oft durch öffentliche Förderprogramme gefördert, diese berücksichtigen wir wo es möglich ist.





## D5 ERHÖHUNG DES SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS

### **Kooperation mit MitbewerberInnen und Partnern der Wertschöpfungskette (Relevanz: hoch)**

Zum Ende des Bilanzjahres wurde u.a. durch uns ein regionales Treffen mit Energieberaterkollegen gegründet. Dort werden u.a. die aktuellen Entwicklungen auf dem Markt besprochen bzw. untereinander ausgetauscht, mit dem Ziel, die ökologischen Branchenstandards zu erhöhen. Ebenso tauschen wir uns über die eigenen Erfahrungen mit Maßnahmen/Dienstleistungen aus und besprechen, ob diese sinnvoll sind oder nicht. Durch die Treffen sorgen wir für eine Vernetzung und Stärkung der Branche, wodurch sich auch die sozialen Standards verbessern.

### **Aktiver Beitrag zur Erhöhung legislativer Standards (Relevanz: mittel)**

Als aktives Mitglied im Deutschen Energieberater Netzwerk unterstützen wir durch unsere Arbeit und den Mitgliedsbeitrag die Arbeit des Netzwerks in Bezug auf die Erhöhung des legislativen Standards. Unter anderem setzt sich das Netzwerk aktiv dafür ein die Tätigkeit als Energieberater zum staatlich anerkannten Beruf zu machen. Ebenso arbeitet das Netzwerk bei der Gestaltung der neuen Energieeinsparverordnungen (2013 an der EnEV 2014) mit.

### **Reichweite, inhaltliche Breite und Tiefe (Relevanz: hoch)**

Dadurch dass die Branche nicht in einem zentralen Verband organisiert ist, ist die Einflussmöglichkeit relativ beschränkt. Es gibt keine Standards in der Energieberaterbranche. Die Energieberaterbranche wird leider immer wieder von „unqualifizierten“ Mitbewerbern in Verruf gebracht, was eine Stärkung schwer macht. Zurzeit bleibt uns nur die Möglichkeit im näheren Umkreis sowie im eigenen Unternehmen höhere Standards anzubieten bzw. weiter zu tragen.



## E1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER DIENSTLEISTUNGEN

### **Dienstleistungen decken den Grundbedarf oder dienen der Entwicklung der Menschen/ der Gemeinschaft/ der Erde und generieren positiven Nutzen (Relevanz: hoch)**

Durch die Ressourcenschonung (Erdöl/Erdgas/Kohle/Uran\*) und massive Verringerung der Umweltverschmutzung (u.a. CO<sub>2</sub> Emission) dient die Arbeit als Energieberater als erstes dem Erhalt der Menschheit auf der Erde. Nebenbei wird durch die Sanierung der Gebäude (u.a. Erhöhung der Behaglichkeit) für die Nutzer eine wichtige Lebensgrundlage für gesundes Wohnen ermöglicht. Menschen die sich wohlfühlen tragen i.d.R. zu einer gesunden Menschheit bei. Durch den Werterhalt und den geringeren Energieverbrauch steigert die Energieberatung langfristig die finanziellen Mittel der Kunden und der Gesellschaft.

\*In unseren Augen ist Uran keine Ressource, jedoch wird durch Energieeinsparung auch die Verwendung von Uran zur Energiegewinnung reduziert.

### **Ökologischer und sozialer Vergleich der Dienstleistungen mit Alternativen mit ähnlichem Endnutzen (Relevanz mittel)**

Bei unseren Dienstleistungen versuchen wir in vielen Punkten die grauen Energien (Life Cycle Assessment) sowie die Umweltverträglichkeit mit einzubeziehen. Durch die Berücksichtigung der Energie die u.a. für die Herstellung und spätere Entsorgung der eingesetzten Materialien benötigt wird, wird die Sinnhaftigkeit und die Umweltverträglichkeit von Energieeinsparmaßnahmen genauer bestimmt. Man braucht nur daran zu denken, wie später die vielen mit Polystyrol gedämmten Häuser entsorgt werden müssen.



## E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

### Leistungen (Relevanz: hoch)

Im Bilanzjahr wurde ein geldwerter Umfang von 1,7% des Jahresumsatzes als Beitrag zum Gemeinwesen aufgewendet (Geldspenden/Arbeitszeit). Insbesondere sind folgende Maßnahmen zu erwähnen:

- Unterstützung der Gemeinwohlökonomie
- Urgewald e.V.
- Blutspenden (mit Mitarbeiter)
- Begleitung einer japanischen Delegation in Deutschland

### Wirkungen (Relevanz: hoch)

Bezogen auf die ganze Gemeinschaft ist die Wirkung unserer Leistungen natürlich verschwindend gering. Bezogen auf die einzelnen Berührungsgruppen können die Leistungen teilweise eine große Wirkung haben. Beispiele: Die Blutkonserve die einem anderen Mensch ggf. das Leben retten kann, oder die Informationen, die die Teilnehmer der Delegation mit nach Hause nehmen und damit ggf. den Menschen in Japan helfen.

### Intensität (Relevanz: niedrig)

Es handelt sich um einzelne (überwiegend) regelmäßige Maßnahmen. Eine ausgereifte Strategie ist noch nicht vorhanden. Die Steigerung der Intensität ist für das Jahr 2014 geplant.



## E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

### Absolute Auswirkungen (Relevanz mittel)

Aspekt	CO <sub>2</sub> -Äquivalent/Jahr
Strom (Ökostrom, ca. 500 kWh)	20 kg
Erdgas (Heizung, ca. 3.600 kWh, geschätzt)	878 kg
PKW Diesel (ca. 967 Liter)	2835 kg
Paketversand (ca. 20 Stück)	10 kg
Papier (ca. 2000 Blatt Recyclingpapier) (Herstellung)	9 kg
Druckerpatronen (ca. 2kg) (Herstellung/Entsorgung)	12 kg
Bahnfahrten (ca. 3.000 km)	110 kg
Internet (ca. 15.000 MB/Monat)	30,5 kg
Abfall (Altpapier, ca. 60kg)	Im Recycling Prozess
<b>Summe:</b>	<b>3904,5 kg</b>

<http://www.green-responsibility.de/wp-content/uploads/CO2-Umrechnungsfaktoren.pdf>

Die Summe der äquivalenten Treibhausgasemissionen liegt bei 3,9 t/Jahr. Bezogen auf die Anzahl der Mitarbeiter liegt der Wert bei 1,95 t CO<sub>2</sub>eq pro MA.

### Relative Auswirkungen (Relevanz: hoch)

Ein direkter Vergleich mit der Branche ist aufgrund fehlender Vergleichswerte nicht möglich. Ein Vergleich kann mit zwei nicht produzierenden Firmen (Bürotätigkeit) durchgeführt werden. In allen drei Fällen wird der gesamte CO<sub>2</sub>-Fußabdruck pro Mitarbeiter betrachtet, um ihn vergleichbar zu machen.

- Genossenschaftsbank (Bochum): veröffentlichte ihren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck in einer Publikation. Der Wert beträgt 2,40 t CO<sub>2</sub>eq pro MA (2012).
- Nachhaltigkeitsberater (Neuss): veröffentlichte seinen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck in seinem GWÖ Bericht. Der von ihm ermittelte Wert beträgt 0,615 t CO<sub>2</sub>eq pro MA (2013).

Im Vergleich zu den branchenähnlichen Unternehmen liegt unser Wert mit 1,95 t CO<sub>2</sub>eq pro MA im Mittelfeld. Die größten Emissionen entstehen durch die Fahrten mit dem PKW und die Beheizung des Büroraums.

### Management und Strategie (Relevanz: hoch)

Monatliche Dokumentation der Verbrauchswerte (Strom, Gas, Wasser, Diesel), klares Bewusstsein über die Auswirkungen, fortwährende Suche nach Reduktionsmöglichkeiten. Im Bilanzjahr wurde sich bereits intensiv mit der Anschaffung eines Elektroautos beschäftigt.

### Weitere Aussagen über die jeweiligen Subindikatoren hinaus

Anmerkung: Zum Zeitpunkt der Bilanzerstellung (März 2014) wurde bereits ein Elektroauto erworben.



## E4 GEMEINWOHLORIENTIERTE GEWINNVERTEILUNG

### **Außenausschüttung (Relevanz: hoch)**

Es gibt keine externen EigentümerInnen am Unternehmen und somit auch keine Gewinnausschüttung an Externe.

### **Gemeinwohlorientierte Gewinnverwendung (Relevanz: hoch)**

Zum Ende des Bilanzjahres wurde dem Mitarbeiter ein Bonus aufgrund der guten Auftragslage ausgeschüttet. Der restliche Gewinn wurde zur Stärkung des Eigenkapitals (Sicherheit) im Unternehmen belassen.

## E5 GESELLSCHAFTL. TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG

### **Allgemein**

Unternehmensentscheidungen haben keinen Einfluss auf externe Berührungsgruppen. Lediglich die Familien der Mitarbeiter sind ggf. von Unternehmensentscheidungen betroffen. Da bei Entscheidungen grundsätzlich der Mitarbeiter mit einbezogen wird (siehe C5), wird indirekt auch die Familie mit einbezogen.

### **Transparenz (Relevanz: hoch)**

Im Bilanzjahr wurde noch kein GWÖ- bzw. Nachhaltigkeitsbericht erstellt. Einzig der offene Umgang mit Entscheidungen (Entscheidungsfindung) führt zu einer gewissen Transparenz im näheren Umfeld.

### **Mitbestimmung (Relevanz: hoch bzw. mittel)**

Durch den Austausch / die Anhörung vor bzw. über Unternehmensentscheidungen mit Berührungsgruppen im näheren Umfeld des Unternehmens findet eine gewisse Mitbestimmung statt. Anmerkungen und Empfehlungen werden in die Entscheidungsfindung mit einbezogen.



## AUSBLICK

### Kurzfristige Ziele

- Erhöhung des Beitrags zum Gemeinwesen (Erhöhung der Punktzahl um 10% in 2014)
- Reduktion der ökologischen Auswirkungen des Unternehmens (Verringerung des CO<sub>2</sub>-Fußabdruck um 0,8 t CO<sub>2</sub> in 2014)

### Langfristige Ziele

## BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL- BILANZ

Die GWÖ-Bilanz sowie der Bericht wurden im Zeitraum November 2013 bis März 2014 erstellt. Die Arbeitsstunden für die Erstellung wurden nicht explizit gezählt, schätzungsweise 70-100 Stunden. Bei der Erstellung waren die Partnerin des Inhabers, ein befreundeter Kunde sowie der Mitarbeiter involviert.

In dem Bericht wurde absichtlich auf die namentliche Nennung von Unternehmen verzichtet, auf Rückfrage werden gerne Details und Quellen herausgegeben.

Neuss, 31.03.2014