

GEMEINWOHL-BERICHT

KOMPAKT-VERSION

Dr. Langniß - Energie & Analyse



Dr. Langniß
ENERGIE & ANALYSE

Silberburgstr. 112

70176 Stuttgart

Deutschland



Diversität ist bereichernd und bringt uns als Unternehmen voran. Aus Gründen der guten Lesbarkeit verwenden wir in diesem Bericht insbesondere bei Funktionsbezeichnungen die männliche Form. Bei allen Personenbezeichnungen schließen wir prinzipiell alle Geschlechter ein.

MIT UNTERSTÜTZUNG VON



VORWORT

Mit Ethik zum Erfolg! Unternehmen messen ihr wirtschaftliches Handeln auf der Grundlage ethischer Werte

Die Gemeinwohl-Ökonomie beschreibt eine sozialere, ökologischere und demokratischere Wirtschaft. Aufbauend auf den Werten Menschenwürde, Solidarität, ökologische Nachhaltigkeit, soziale Gerechtigkeit, Mitbestimmung und Transparenz erfolgt eine Darstellung der Maßnahmen die ein Unternehmen trifft, um über den gesetzlichen Rahmen hinaus, einen Beitrag zum Wohle aller Menschen zu leisten.

Die Entscheidung zusätzlich zum finanzrechtlichen Jahresabschluss eine Gemeinwohlbilanz zu schreiben, bedeutet in einem Unternehmen nicht nur die wirtschaftlichen Auswirkungen zu beurteilen, sondern ebenso die ethische Werthaltung, durch welche Beziehungen und Kooperationen gelingen, transparent darzustellen.

„Heute kennen die Menschen von allen Dingen den Preis aber nicht mehr ihren Wert!“

Immer mehr Menschen fragen nach dem Sinn ihrer beruflichen Tätigkeit. Das wirtschaftliche und gemeinwohlorientierte Handeln der Unternehmen, so der Wunsch vieler Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, soll wieder mit jenen Werten und Zielen übereinstimmen, die in den meisten Verfassungen westlicher Demokratien verankert sind.

Die Gemeinwohlbilanz (Gemeinwohlbericht + Gemeinwohl-Matrix) ist das zentrale Werkzeug der Gemeinwohl-Ökonomie. Sie hilft mit ihrer Matrixstruktur das unternehmerische Handeln und deren Wirkung abzubilden. So entsteht eine wertvolle Grundlage für zukünftige Entscheidungen.

Das Unternehmen Dr. Langniß - Energie & Analyse teilt diese Werthaltung und ist Mitglied beim Verein zur Förderung der Gemeinwohlökonomie.

Blick auf den Prozess zur Erstellung des Gemeinwohlberichtes

Das Unternehmen Dr. Langniß - Energie & Analyse hat im Zuge einer Workshopreihe vom 11.03.2020 bis zum 29.06.2020 mit drei weiteren Betrieben die Gemeinwohlbilanz geschrieben und sich einem Audit gestellt.

Ulrike Amann und Gebhard Moser wurden eingeladen, die Workshopreihe mit den Unternehmen in Stuttgart zu begleiten. In vier Workshops und der notwendigen individuellen Betreuung wurden die Unternehmen im Prozess begleitet.

Der Bilanzierungsprozess erstreckte sich von März bis November 2020.

Gemeinwohl geht uns alle etwas an. Es ist eine tägliche Entscheidung, die jede und jeder von uns mehrmals täglich praktizieren kann.

Ulrike Amann und Gebhard Moser



BILD 1: TEILNEHMENDE AM BERATUNGSKONVOI ZUR GEMEINWOHLBILANZ DER WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG STUTTGART 2020. FOTO: JAN POTENTE/STADT STUTTGART.

DAS UNTERNEHMEN

- Firma: Dr. Langniß - Energie & Analyse
- Adresse: Silberburgstr. 112, 70176 Stuttgart
- Region/Land/Staat: Baden-Württemberg, Deutschland
- Homepage: <https://www.energieanalyse.net/de/>
- Anzahl Mitarbeitende: 4 Mitarbeitende
- Jährlicher Umsatz: 260.000 EUR
- Durchschnittliche Investitionshöhe pro Jahr: 10.000 EUR
- Tochtergesellschaften/ verbunden Unternehmen: Ole Langniß ist gleichzeitig Miteigentümer des Start-ups OLI Systems GmbH

Berichtszeitraum

01.01.2019 - 31.12.2019

TÄTIGKEITSBERICHT

Unsere Projekte & Aktivitäten

Im Folgenden sind unsere nach Umsatz wichtigsten Aktivitäten im Jahr 2019 aufgelistet:

Produkte & Dienstleistungen	Anteil am Umsatz
Projektmanagement für transdisziplinäre Förderprojekte im Bereich Erneuerbare Energien und Digitalisierung	60 %
Begutachtung und Evaluation von Skizzen und Förderprogrammen im Bereich Energie & Klimaschutz	20 %
Machbarkeitsstudien zur Integration der Erneuerbaren Energien in bestehende Energiesysteme	10 %
Entwicklung neuer Geschäftsmodelle für die zelluläre, dezentrale Energiewelt	5 %
Moderation von Workshops, Tagungen und Diskussionen	5 %

Die beschriebenen Aktivitäten wurden in öffentlich geförderten Forschungs- und Entwicklungsprojekten sowie im Rahmen von Studien und Veranstaltungen vorwiegend öffentlicher Auftraggeber durchgeführt. Darüber hinaus zählen Marktstudien zu Energietechnologien sowie Roadmaps für die Umsetzung von Erneuerbaren Energien und fortschrittlicher Energietechnologien zu unserem Portfolio.

Das bedeutendste Projekt, das wir initiiert haben und laufend gestalten, ist „C/sells - das Energiesystem der Zukunft im Solarbogen Süddeutschlands“. Es ist ein im Rahmen des Förderprogramms „SINTEG – Schaufenster Intelligente Energie“ vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) gefördertes Verbundprojekt. Dr. Ole Langniß ist stellvertretender Gesamtprojektleiter. Im Namen der 56 Verbundpartner sind wir mit dem Projektmanagement beauftragt und koordinieren die Zusammenarbeit im Sinne der gemeinsamen Ziele. Das Projekt läuft von 2017 bis 2020, das Projektvolumen beträgt ca. 90 Mio. Euro.

Ziel von C/sells ist es, in Zusammenarbeit von Partnern aus Wissenschaft, Wirtschaft und Politik Musterlösungen für die Digitalisierung der Energiewende zu erarbeiten. C/sells ist das Schaufenster in Süddeutschland, umfasst die Länder Baden-Württemberg, Bayern und Hessen und stellt die Integration der Energieerzeugung vorwiegend aus Photovoltaikanlagen in den Fokus. Unser Lösungsansatz ist ein zelluläres, partizipatives und vielfältiges Energiesystem. Dazu werden Basisinstrumente entwickelt: die digitale Infrastruktur, die Organisation intelligenter Stromnetze sowie den Handel mit Energie und Flexibilität. In 35 Demonstrationszellen testen unsere Partner die gemeinsam entwickelten Konzepte, häufig unter Einbindung von Bürgerinnen und Bürgern oder Unternehmen vor Ort.

www.csells.net

DAS UNTERNEHMEN UND DAS GEMEINWOHL

Unsere Mission

Wir möchten die Energiewende voranbringen. Dazu paaren wir Unternehmertum mit unabhängiger wissenschaftlicher Analyse. Kontinuität in der Beratung ist für uns essenziell, um der Komplexität der anstehenden Entscheidungen gerecht zu werden. Wir arbeiten zielorientiert und mit einem vertieften Verständnis unternehmerischen Denkens. Insbesondere können wir Prozesswissen aus dem kommerziellen Bereich einbringen, Geschäftsmodelle entwickeln und damit zur Geschäftsentwicklung unserer privaten Kunden beitragen.

Unser räumlicher Fokus ist regional und national. Dies sind die wichtigsten Ebenen für die Umsetzung der Energiewende. Darüber hinaus werden in Europa wesentliche Eckpunkte der nationalen Energiepolitik durch die Europäische Union bestimmt, weshalb wir uns mit unserem umfangreichen Netzwerk aus europäischen Partnern auch auf dieser Ebene engagieren. Schließlich arbeiten wir international auch über Europa hinaus, um die Erfahrungen mit der deutschen Energiewende in anderen Ländern einzubringen. In den sich ökonomisch schnell entwickelnden Ländern Asiens und Afrika können Infrastrukturen mit intelligenten Technologien aufgebaut werden. Unsere dort gemachten Erfahrungen mit der flächenhaften Umsetzung neuer Technologien kommen dabei auch wieder unseren Kunden in Deutschland zugute.

Unsere unternehmerischen Leitlinien sind:

- Qualität und Nachvollziehbarkeit unserer Arbeiten stehen für uns unter Beachtung der Kundenwünsche an erster Stelle.
- Wir wollen einen gesellschaftlich relevanten Beitrag zur Energiewende leisten. Wir verstehen dies als Teil unserer globalen Verantwortung.
- Das für die Umsetzung der Energiewende zwischen allen Akteuren notwendige kooperative Handeln wollen wir auch mit unseren Kunden, Partnern und unter uns Kollegen pflegen.

Die Mission ist so auch auf unserer Homepage dargestellt.

Gemeinwohlbilanz als Stuttgarter Unternehmen

Die Wirtschaftsförderung Stuttgart unterstützt Stuttgarter Unternehmen beim Einstieg in die Gemeinwohlökonomie im Rahmen des Förderprogramms „Nachhaltig fit für morgen“. Wir stehen als Unternehmen hinter den Ideen der Gemeinwohlökonomie. Das Angebot der Wirtschaftsförderung sehen wir als Chance, die Wirkung unserer Arbeit nach den Kriterien der Gemeinwohlökonomie zu prüfen und zu verbessern und uns gleichzeitig in Stuttgart besser zu vernetzen.

Durch die Gemeinwohlbilanz können wir für unser Unternehmen prioritäre Bereiche zur Verbesserung identifizieren. Da wir sehr vernetzt arbeiten, können wir gerade in der Kooperation mit anderen Unternehmen mehr für das Gemeinwohl erreichen.

Ansprechperson für die GWÖ bei Dr. Langniß Energie & Analyse:

Dr. Birgit Haller, Tel. +49 (0)711 252919-24, Mail: birgit.haller@energieanalyse.net

Die Regionalgruppe Stuttgart

Der Erstkontakt zu Akteuren der Gemeinwohlökonomie entstand über persönliche Kontakte zu Mitgliedern der Stuttgarter Regionalgruppe auf der Fridays for Future Demo 2019. Das Prinzip der Gemeinwohlökonomie ist uns über den Ulmer Initiativkreis für nachhaltiges Wirtschaften bekannt geworden, dessen persönliches Mitglied Ole Langniß seit über 20 Jahren ist. 2020 sind wir als Unternehmen dem GWÖ Baden-Württemberg e.V. beigetreten.

2012 entstand die Stuttgarter Regionalgruppe, die heute ca. 20 Aktive umfasst. Dabei sind Menschen mit den verschiedensten Berufen – alle mit Verantwortung und Engagement.

Als eine der ersten Kommunen hat die Stadt Stuttgart zwei Eigenbetriebe gemeinwohlobilanziert und seit 2018 zusätzlich ein städtisches Programm aufgelegt, um lokale Unternehmen für eine Gemeinwohl-Bilanzierung zu gewinnen.

<https://web.ecogood.org/de/bawue/>

Der Bilanzierungsprozess

Im Rahmen des Programms „Nachhaltig fit für morgen“ der Wirtschaftsförderung Stuttgart nahm die Dr. Langniß Energie & Analyse 2020 an einer Konvoiberatung zusammen mit drei weiteren Unternehmen aus Stuttgart teil. Zwischen März und Juni fanden vier Workshops im Konvoi statt. Begleitend dazu gab es mehrere Stunden Individualberatung. Als GWÖ-Beratende begleiteten Ulrike Amann und Gebhard Moser den Prozess. Die Themen und Bewertungen wurden im Kreis der Mitarbeitenden besprochen.

Insgesamt haben wir ca. 240 Personenstunden für den Prozess der Berichterstellung aufgewendet.

Der Bericht wird nach erfolgreicher Auditierung auf der Homepage des Unternehmens veröffentlicht.

INHALTSVERZEICHNIS

VORWORT	III
DAS UNTERNEHMEN	IV
TÄTIGKEITSBERICHT	V
DAS UNTERNEHMEN UND DAS GEMEINWOHL	VI
INHALTSVERZEICHNIS	VIII
A - LIEFERANTEN	9
A1 - MENSCHENWÜRDE IN DER ZULIEFERKETTE	10
A2 - SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT IN DER ZULIEFERKETTE	14
A3 - ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT IN DER ZULIEFERKETTE	17
A4 - TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG IN DER ZULIEFERKETTE	22
B - EIGENTÜMER UND FINANZPARTNER	24
B1 - ETHISCHE HALTUNG IM UMGANG MIT GELDMITTELN	24
B2 - SOZIALE HALTUNG IM UMGANG MIT GELDMITTELN	26
B3 - SOZIAL-ÖKOLOGISCHE INVESTITIONEN UND MITTELVERWENDUNG	28
B4 - EIGENTUM UND MITENTSCHEIDUNG	30
C - MITARBEITENDE	33
C1 - MENSCHENWÜRDE AM ARBEITSPLATZ	33
C2 - AUSGESTALTUNG DER ARBEITSVERTRÄGE	36
C3 - ÖKOLOGISCHES VERHALTEN DER MITARBEITENDEN	38
C4 - INNERBETRIEBLICHE MITENTSCHEIDUNG UND TRANSPARENZ	41
D - KUNDEN UND MITUNTERNEHMEN	44
D1 - ETHISCHE KUNDENBEZIEHUNG	44
D2 - KOOPERATION UND SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN	49
D3 - ÖKOLOGISCHE AUSWIRKUNGEN DURCH NUTZUNG UND ENTSORGUNG VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN	52
D4 - KUNDEN-MITWIRKUNG UND PRODUKTTRANSPARENZ	54
E - GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	57
E1 - SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN	57
E2 - BEITRAG ZUM GEMEINWESEN	61
E3 - REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN	64
E4 - TRANSPARENZ UND GESELLSCHAFTLICHE MITENTSCHEIDUNG	67
AUSBLICK	69



Bilanzierendes
Unternehmen
mit externem Audit

Testat:	Externes Audit	Gemeinwohl-Bilanz	Dr. Langniß Energie & Analyse
	M5.0 Kompaktbilanz	2019	Auditor*In: Gitta Walchner

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berührungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 20 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 10 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 30 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 20 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 20 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: .	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: .	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 20 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 30 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 30 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 40 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 40 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 50 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 60 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 30 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 50 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 70 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 60 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 30 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 30 %
			Testat gültig bis: 31. Januar 2023	BILANZSUMME: 371

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0.
TestatID: **c1uw9**
Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf www.ecogood.org

A1 - LIEFERANTEN

A2 - MENSCHENWÜRDE IN DER ZULIEFERKETTE

Die Produkte und Dienstleistungen, die ein Unternehmen zukauf, sind mit einer Vielzahl an gesellschaftlichen Auswirkungen verbunden. Diese können sowohl positiv als auch negativ sein. Besonders wichtig sind die Arbeitsbedingungen aller Mitarbeitenden in der gesamten Zulieferkette. Ein Unternehmen ist für das Wohlergehen aller Menschen – auch bei seinen Lieferanten und Vorlieferanten – mitverantwortlich.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Menschenwürde in der Lieferkette ist bisher für uns ein wichtiges, wenn auch nicht systematisch überprüftes Thema. Bei der Auswahl von Dienstleistern und Lieferanten achten wir auf Kriterien wie Regionalität, Transparenz und Kontinuität. Ebenso spielen auch Vorerfahrungen und persönliche Kontakte eine wichtige Rolle bei der Auswahl von betriebsnahen Dienstleistern wie Buchhaltung, IT-Support oder Steuerberatung, da wir als kleines Unternehmen besonders auf vertrauensvolle Geschäftsbeziehungen angewiesen sind.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Da unser Unternehmen mit vier Mitarbeitenden übersichtlich in seinen Strukturen und Prozessen ist, haben sich alle Kollegen zumindest in Grundzügen mit dem Thema Lieferanten befasst. Für den aktuellen Bericht führten wir gemeinsam eine Bewertung des Status Quo durch. Dabei wurden Daten aus der Buchhaltung entnommen und Informationen zu den Zulieferern recherchiert. Ein eigens erstellter Bewertungsstandard hilft uns, Zahlen und Erfahrungswerte einzuordnen und objektiver zu bewerten.

Verbesserungsvorschläge und neue Maßnahmen zur Weiterentwicklung des Unternehmens werden gemeinsam diskutiert und abgestimmt.

Unsere eigenen Produkte sind Beratungsleistungen, deshalb kaufen wir vorrangig unterstützende Dienstleistungen oder Produkte zur Büroorganisation ein. Die 14 wesentlichen zugekauften Produkte und Dienstleistungen sind folgende:

- Dienstreisen (ganz überwiegend Bahn und anderer ÖPV)
- IT-Dienstleistungen
- Projektmanagement FuE¹-Verbundprojekt²
- Druckerwartung und Büromaterialien
- Mobilfunk- und Internet-Services
- Rechts- und Steuerberatungen
- Lebensmittel (Obstkiste) für die Mitarbeitenden
- Telekommunikationsinfrastruktur

¹ FuE: Forschung und Entwicklung

² Bei einem Verbundprojekt handelt es sich um ein gefördertes Projekt, das im Konsortium mit mehreren Partnern durchgeführt wird. Hier ist das Projekt C/sells gemeint, ein vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) im Rahmen des Programms SINTEG gefördertes Vorhaben.

- Bürobedarf und Schreibwaren
- Versand, Lieferung und Transportdienstleistung
- Strom

Dazu kommen weitere Lieferanten, die in der Bilanz aufgrund der Kleinteiligkeit nicht erscheinen.

Bisher werden soziale Risiken nicht systematisch überprüft bzw. evaluiert. Jedoch spielen Kriterien der Menschenwürde bei der Auswahl wichtiger Dienstleister von Anfang an eine wichtige Rolle. Dort, wo wir als Unternehmen beeinflussen können, mit wem wir zusammenarbeiten, oder von wem wir Produkte beziehen, achten wir auf die oben genannten Kriterien. Wenn wir große Zweifel an den Arbeitsbedingungen eines Unternehmens haben, vermeiden wir möglichst den Bezug von Produkten über dieses Unternehmen. Beispielsweise beziehen wir Büromaterial vorwiegend über einen lokalen Händler. Den Bezug über Amazon schließen wir aus den o.g. Gründen aus.

Für die Kompaktbilanz haben wir eine erste Einschätzung der Lieferanten vorgenommen. Soziale Risiken in der Zulieferkette haben wir auf der Basis des Vorhandenseins von Nachhaltigkeitsberichten, Corporate Social Responsibility Statements, Vision Statements, Ethik- und Verhaltenskodizes oder Zertifikaten, die auf die Arbeitsbedingungen hinweisen, recherchiert und bewertet. Ebenso floss die persönliche Erfahrung mit den Dienstleistern in die Bewertung der menschenwürdigen Arbeitsbedingungen ein.

Wie oben erwähnt, spielen verschiedene Kriterien bei der Wahl der Lieferanten eine Rolle. Neben den genannten (Regionalität, Transparenz und Kontinuität) geht es natürlich um die Qualität der Leistungen, den Preis und Kundenfreundlichkeit, im Sinne stabiler Geschäftsbeziehungen auch über längere Zeiträume.

Beispiele für kommunizierte Zertifikate der überprüften Unternehmen:

- audit *berufundfamilie* (ein Versicherungsunternehmen)
- Fair Company (Praktika) (ein Versicherungsunternehmen) familienfreundliches Unternehmen (ein Finanzdienstleister)
- UN Global Compact (Deutsche Bahn)
- Code of Business Ethics and Conduct (ein Veranstaltungsdienstleister)
- Verschiedene Zertifikate zum Datenschutz (ein Telekommunikationsdienstleister)
- 100 % Ökostrom regional (Stromanbieter)
- Menschenrechtsrichtlinie (Deutsche Post)
- "Impact Wheel" zeigt Beitrag zu 17 SDGs (Deutsche Post)
- ISO 9001: Quality Policy (ein Veranstaltungsdienstleister)

Kennzahlen

14 Lieferanten wurden bezüglich der Einhaltung der Menschenwürde in der Lieferkette bewertet. Dabei hat die Hälfte dieser Lieferanten mehr als 50 % der Kriterien für faire Arbeitsbedingungen erfüllt. Bei der anderen Hälfte ist die Bewertung noch nicht möglich, da

die Bewertung der Arbeitsplatzqualität mit einem großen Aufwand für Nachforschungen verbunden ist. Vier Lieferanten haben zu 80 % die Kriterien für faire Arbeitsbedingungen erfüllt.

Anteil der zugekauften Produkte/Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen	60%
Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden	41% (1)

Anmerkungen zu den Kennzahlen:

- (1) Der Wert von 41 % ist nach dem Erfüllungsgrad der Kriterien für menschenwürdige Arbeitsbedingungen gewichtet. Er bezieht sich auf die erste Ebene der Zulieferunternehmen, also die uns bekannten 14 wichtigsten Zulieferunternehmen, nicht die Lieferkette dahinter. Zertifikate mit Hinweisen auf faire Arbeitsbedingungen konnten wir bei 8 % der eingekauften Produkte und Dienstleistungen identifizieren.

Bewertungsstufen

Stufe: Erste Schritte

Einige wesentliche Lieferanten werden hinsichtlich der Arbeitsbedingungen geprüft und es werden Strategien bzw. Maßnahmen für Verbesserungen abgeleitet. Erste Ausschlusskriterien beim Einkauf werden eingehalten.

Auf Basis der oben beschriebenen Nachweise und Kriterien wurden für neun von 14 Lieferanten und bei einem von vier Finanzdienstleistern die Arbeitsbedingungen geprüft.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Nachhaltigkeitskriterien, auf welche zukünftig verstärkt geachtet wird, sind folgende:

- Unternehmensstrategie (Mission & Vision)
- Umgang mit Mitarbeitenden
- Qualität der Arbeitsplätze

Überprüfung von Dienstleistern: Bei ausgewählten Lieferanten, zu denen wir wenig Information über menschenwürdige Arbeitsbedingungen haben, werden wir uns im persönlichen Gespräch erkundigen, wie sie mit den Kriterien umgehen. Dies gilt in erster Linie für die wichtigsten Dienstleistungen, wie Dienstreisen, Buchhaltung oder IT-Support. So ist zum Beispiel ein Gespräch mit dem Buchhaltungsdienstleister zu Kooperation und Unternehmenskultur angestrebt, da diese bei der Recherche großes Interesse am Thema geäußert haben.

Dienstreisen: Unter das Thema Dienstreisen fallen auch Hotelübernachtungen. Da diese einzeln abgerechnet werden, fallen sie nicht unter die wesentlichen Zulieferprodukte. Da die damit verursachten sozialökologischen Wirkungen in der Summe aber ins Gewicht fallen können und wir die Auswahl zudem beeinflussen können, lohnt sich dies als Zukunftsthema: Bei der Auswahl von Hotels sollte auf Zertifikate für Nachhaltigkeit geachtet werden.

Grenzen für die Weiterentwicklung



Bei Unternehmen, zu welchen die Beziehungen weniger persönlich sind, haben wir wenig Einblick in die Arbeitsbedingungen und sind auf öffentliche Informationen wie Zertifikate angewiesen.

Als kleines Unternehmen mit geringen Umsätzen haben wir wenig Einfluss auf die Bedingungen großer Unternehmen wie etwas Deutsche Bahn oder Vodafone. Deshalb konzentrieren wir uns auf jene Beziehungen, die wir beeinflussen können.

A1.1 - VERLETZUNG DER MENSCHENWÜRDE IN DER ZULIEFERKETTE

Um hier eine höhere Bewertung als „1“ zu erreichen, muss die weitere Lieferkette unserer direkten Zulieferer untersucht werden. Ebenso geht es darum, Maßnahmen zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen unserer Lieferanten zu ergreifen.

Die Beurteilung der Einhaltung der Menschenwürde über die gesamte Zulieferkette ist uns derzeit noch nicht möglich. Der Aufwand für die dazu notwendigen Nachforschungen ist enorm. Daher stützen wir unsere Einschätzung, wo immer es möglich ist, auf die von unseren Lieferanten vorgelegten Zertifizierungen oder persönliche Besuche. Doch selbst dann haben wir uns nur von der Einhaltung der Menschenwürde in den unmittelbar vor uns liegenden Stufen der Zulieferkette überzeugt und nicht bis ganz zum Ursprung.

Ziel der Gemeinwohlokonomie muss es sein, dass jedes Glied in der Zulieferkette seine unmittelbaren Vorlieferanten entsprechend evaluiert und dazu anhält die Menschenwürde einzuhalten. Dieser Aufgabe gehen wir mit großer Ernsthaftigkeit nach.

Daher geben wir uns hier keine Negativpunkte, auch wenn wir nicht mit 100 % Sicherheit behaupten können, dass in der gesamten Zulieferkette unserer wesentlichen Lieferanten keinerlei Menschenrechtsverletzungen vorkommen.

Ein Bereich, der Risiken birgt, ist die Zulieferkette bei der IT-Hardware. Hier wäre wichtig, zu prüfen, ob es Unterschiede in den Produktionsbedingungen gibt und welche Wahlmöglichkeiten wir als Käufer haben. Dies wollen wir zusammen mit unserem Schwester-Unternehmen OLI Systems angehen, die hier als größerer Nachfrager auftreten.

A1 - Menschenwürde in der Zulieferkette	
erreichte Punktezahl A1	2
erreichte Punktezahl A1.1	0

A3 - SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT IN DER ZULIEFERKETTE

Unternehmen haben Mitverantwortung, entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten untereinander einzufordern sowie aktiv zu fördern. Jedes Unternehmen kann sich über die sozialen Risiken und mögliche Missstände in der Lieferkette informieren, seine Forderungen kommunizieren und entsprechende Kaufentscheidungen treffen.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Wie bereits unter A1 erläutert, sind uns vertrauensvolle, transparente Geschäftsbeziehungen wichtig. Im Bereich der täglichen Prozesse pflegen wir engen Kontakt zu regionalen Unternehmen. Dies ermöglicht uns einen persönlicheren Einblick in die Unternehmenskultur des Dienstleisters. Systematische Überprüfungen bezüglich der Themen Solidarität und Gerechtigkeit führen wir bisher nicht durch.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Da unser Unternehmen mit vier Mitarbeitenden übersichtlich in seinen Strukturen und Prozessen ist, haben sich alle Kollegen zumindest in Grundzügen mit dem Thema Lieferanten befasst. Verbesserungsvorschläge und neue Maßnahmen zur Weiterentwicklung des Unternehmens werden gemeinsam diskutiert und abgestimmt.

Für den Kompaktbericht haben wir auf der Basis persönlicher Erfahrungen und einer Online-Recherche eine erste Einschätzung zu den Kriterien vorgenommen. Ausschlaggebend war, ob Nachhaltigkeits-/CSR-Berichte, Erklärungen in einem Leitbild oder bestimmte Zertifikate vorliegen.

Es gibt langfristige Geschäftsbeziehungen mit den folgenden Lieferanten:

- RTS Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KG
- Deutsche Bahn AG
- OLI Systems GmbH
- Scharr Büro GmbH
- Deutsche Post
- Vodafone GmbH

Hinweisgebende Zertifikate oder Statements sind zum Beispiel:

- UN Global Compact
- „Gestaltung nachhaltige Verbundenheit von Mensch und IT“
- Soziales Engagement des Unternehmens
- Mission and Vision Statement

Es lässt sich feststellen, dass im Vergleich zum Menschenwürde-Kriterium weniger Informationen verfügbar bzw. die vorliegenden Informationen schwerer zu interpretieren sind.

Kennzahlen

Es wurden 14 Lieferanten und Dienstleistern überprüft, dabei war bei zehn Lieferanten eine Bewertung hinsichtlich der Einhaltung von Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette möglich. Im Bereich Finanzdienstleistungen wurden vier Unternehmen überprüft. Bei einem konnte bewertet werden.

Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt, gewichtet nach Einkaufsvolumen.	3 %
Anteil der Lieferanten, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden, gewichtet nach Grad der Umsetzung und Einkaufsvolumen	32 %

Bewertungsstufen

Stufe: Erste Schritte

Das Unternehmen verschafft sich erste Informationen zu Risiken und Missständen bzgl. Solidarität und Gerechtigkeit entlang der Zulieferkette. Einige eingekaufte Produkte und Rohwaren tragen ein Label, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt.

Darüber hinaus:

Erste Maßnahmen zur positiven Beeinflussung eines fairen und solidarischen Umgangs aller Beteiligten entlang der Lieferkette werden umgesetzt, indem wir bei Firmen in engem Kontakt (so das Schwesterunternehmen OLI Systems GmbH) die Einhaltung von Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette thematisieren.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Die Aktivitäten hierzu sind eng mit A1 verknüpft. Bei ausgewählten Lieferanten, zu denen wir wenig über die Einstellung zu Solidarität und Gerechtigkeit wissen, werden wir uns im persönlichen Gespräch erkundigen, wie sie mit den Kriterien umgehen. Dies gilt in erster Linie für die wichtigsten Dienstleistungen, wie Dienstreisen, Buchhaltung oder IT-Support. So wird zum Beispiel ein Gespräch mit dem Buchhaltungsdienstleister zu Kooperation und Unternehmenskultur angestrebt.

A2.1 - AUSNUTZUNG DER MARKTMACHT GEGENÜBER LIEFERANTEN

Als kleines Unternehmen sind wir auf vertrauensvolle Geschäftsbeziehungen angewiesen. Zur Ausnutzung von Marktmacht gegenüber direkten Lieferanten haben wir weder die Möglichkeit noch liegt dies in unserem Interesse.

Die Beurteilung der Einhaltung der Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette über die gesamte Zulieferkette ist uns derzeit noch nicht möglich. Daher geben wir uns hier keine Negativpunkte, auch wenn wir nicht mit 100 % Sicherheit behaupten können, dass in der gesamten Zulieferkette unserer wesentlichen Lieferanten keinerlei Menschenrechtsverletzungen vorkommen.

A2 - Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	
--	--

erreichte Punktezahl A2	1
-------------------------	---

erreichte Punktezahl A2.1	0
---------------------------	---

A4 - ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT IN DER ZULIEFERKETTE

Jedes Unternehmen ist mit Umweltauswirkungen in der Zulieferkette konfrontiert und kauft diese mit den bezogenen Rohwaren, Produkten und Dienstleistungen mit ein. Unternehmen sind daher für die ökologische Nachhaltigkeit in ihrer Zulieferkette mitverantwortlich. Das Ziel ist es, zur Reduktion der Umweltauswirkungen in der gesamten Zulieferkette beizutragen.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Kernthema unserer Arbeit als Beratungsunternehmen ist die Energiewende. Auch in unseren täglichen Prozessen bekennen wir uns zu nachhaltigem Verhalten, insbesondere zu Ressourcenschonung und Energieeffizienz. Ökologische Kriterien spielen deshalb beim Einkauf von Investitionsgütern und Produkten des täglichen Bedarfs für uns eine wichtige Rolle. Auch bei der Beschaffung von Dienstleistungen versuchen wir durch Auswahl zertifizierter Dienstleister, wo diese Möglichkeit besteht, Einfluss auf die Lieferkette zu nehmen. Wir haben durch unser Konsumverhalten nicht nur direkt Einfluss auf Emissionen und Ressourcenverbrauch. Als Unternehmen wollen wir unsere Haltung auch gegenüber unseren Stakeholdern kommunizieren: Unternehmerisches Handeln und Ökologie spielen zusammen.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Der Einfluss ökologischer Kriterien fängt für uns bei der Wahl des Firmenstandortes an und spielt bei der Energieversorgung, beim Bezug von Hardware für Informations- und Kommunikationstechnik (IKT), bei Büromaterialien und -möbeln und bei der Durchführung von Dienstreisen eine wichtige Rolle.

Wir beziehen Strom ausschließlich aus erneuerbaren Quellen von einem unabhängigen mittelständischen Stromerzeuger, der durch das Grüne Strom Label e.V. zertifiziert ist.

Wenn wir große Risiken bezüglich der ökologischen Auswirkungen durch einen Lieferanten erwarten, vermeiden wir möglichst den Bezug von Produkten über dieses Unternehmen, z.B. beziehen wir Büromaterial vorwiegend über einen lokalen Händler. Amazon schließen wir als Lieferant aus.

Kriterien wie Regionalität und Transparenz spielen hier wie im Bereich der Menschenwürde eine Rolle (siehe A1). Um ökologisch verantwortungsvoll zu handeln, achten wir auf folgende weitere Kriterien:

- Reduktion von CO₂-Emissionen
- Kurze Transportwege
- Langlebigkeit
- Recycelte Materialien & Recyclingfähigkeit
- Energieeffizienz
- Ressourcenschonung & Reduktion von Flächenverbrauch
- Müllvermeidung

Hier ein Auszug aus unserer Homepage (*kursiv*) zu unserem Umweltverhalten:

Mobilität: Geschäftsreisen werden überwiegend mit der Bahn und anderen öffentlichen Verkehrsmitteln erledigt.

Alle Mitarbeitenden nutzen eine Bahncard 50. Damit sind wir auf Bahnreisen bilanziell mit 100% Ökostrom unterwegs.

Gängige Praxis sind Video- und Telefonkonferenzen mit Kunden und Partnern. Dadurch werden Reisen auf das erforderliche Maß reduziert.

Dies war auch schon vor der Coronaviruspandemie der Fall und wird sich danach weiter durchsetzen.

Unser Bürostandort ist so gewählt, dass er sehr gut mit ÖPV erreicht werden kann. Die tägliche Anfahrt aller MitarbeiterInnen erfolgt ebenfalls mit dem öffentlichen Nahverkehr oder dem Fahrrad (siehe auch C3).

Energie: Unser Strom kommt zu 100% aus erneuerbaren Energiequellen in Deutschland. Durch die Installation von LED-Lampen haben wir die CO₂-Emissionen durch Beleuchtung um zwei Drittel, also um 1,114 kg pro Jahr gesenkt. Stromsparende Elektrogeräte, wie zum Beispiel Drucker, Laptops und smarte Heizungsthermostate helfen uns, den Stromverbrauch weiter zu reduzieren und effizienter zu heizen.

Rohstoffe: Ein großer Teil unserer Verwaltung erfolgt papierlos. Dort, wo Papier nötig ist, nutzen wir ausschließlich recyceltes Umweltpapier. Pro 500 Blatt Papier ergibt sich eine Ersparnis von 7,5 kg Holz, 19,3 kWh Energie, 107,8 l Wasser und 16,6 kg CO₂ gegenüber herkömmlichem Papier (laut Hersteller). Wir tätigen Einkäufe, wenn möglich, bei lokalen Anbietern.

Ernährung: Im Sinne einer gesunden Ernährung für unsere MitarbeiterInnen beziehen wir wöchentlich Obst, das aus biologischem und vorwiegend regionalem Anbau eines regionalen Biobauers stammt.

Abfall: Wir achten auf ordnungsgemäße Mülltrennung.

Darüber hinaus zu nennen:

Unser Firmenstandort befindet sich im Westen Stuttgarts mit sehr guter öffentlicher Verkehrsanbindung und örtlicher Versorgung. Durch die gemeinsame Nutzung der Räume mit der Schwesterfirma OLI Systems GmbH sparen wir beim Flächen- und Energieverbrauch. Da die meisten Mitarbeitenden mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder Fahrrad ins Büro kommen, ist unser gesamter Bedarf an Parkflächen sehr gering.

Ein Großteil unserer Büromöbel stammt aus zweiter Hand. So bleiben Ressourcen länger im Umlauf.

Beim Bezug von IKT-Hardware achten wir auf Labels wie „Green IT“ und niedrige Energieverbräuche. Dies lässt sich jedoch in diesem Bereich noch nicht als systematische Anforderung umsetzen.

Kennzahlen

Für die Kompaktbilanz haben wir eine erste Einschätzung der Lieferanten bezüglich ökologischer Nachhaltigkeit vorgenommen. Vision Statements, Zertifikate, Ökolabels und Preise für Umweltfreundlichkeit sind wichtige Hinweise auf nachhaltige Produkte und Dienstleistungen.



Roh- Hilfs- und Betriebsstoffe, Dienstleistungen

Einkaufsvolumen in TSD €	90,4
Einkauf Produkte & Dienstleistungen in TSD €	54,4
Anteil angeführter P & DL vom Einkaufsvolumen	60,17%
Anzahl überprüfter Lieferanten	11 von 96
Anteil ökologisch höherwertiger Produkte, volumengewichtet	28,00%
Anteil zertifizierter Produkte, volumengewichtet	20,92%

Die Kennzahlen zu den Finanzdienstleistern werden auch hier dokumentiert, da sie im Kontext der Bewertung der Zulieferkette betrachtet wurden. In B3 liegt der Fokus auf den Investitionen.

Finanzdienstleistungen (Versicherungen, Mitarbeitervorsorgekassen, Banken, etc.)

Gesamt Zinsen, Prämien in TSD €	3,0
Einkauf Finanzdienstleistung in TSD €	2,9
Anteil angeführter FinDL v. Zinsen u Prämien	98,88%
Anzahl überprüfter Finanzdienstleister	0 von 4
Anteil ökologisch höherwertiger Produkte, volumengewichtet	5,6%
Anteil zertifizierter Produkte, volumengewichtet	0,00%

Von den 14 wichtigsten Lieferanten und Dienstleistern konnten wir elf bezüglich der Einhaltung ökologischer Kriterien in der Zulieferkette bewerten. Dabei wurde bewertet, zu welchem Grad ökologisch höherwertige Produkte angeboten werden.

Einige Merkmale und Zertifikate, die hierfür als Hinweise herangezogen wurden, sind folgende:

- Steigerung der papierlosen Kommunikation (Dienstleister für Buchhaltung)
- 100 % Ökostrom im Fernverkehr (Deutsche Bahn)
- Zusammenarbeit zur Integration erneuerbarer Energien (Projektkoordinator)
- Firmeneigenes Label „Print Green“ (Drucker/Kopiergerät)
- Bio-Zertifizierung von Lebensmitteln (Obstlieferant)
- ISO 50001, GoGreen, Unterstützung von Klimaschutzprojekten (Deutsche Post)
- Deutscher Solarpreis 2008 von EUROSOLAR u.a. (Stromanbieter)

Die Finanzdienstleister konnten wir nicht nach Einhaltung ökologischer Kriterien in der Zulieferkette bewerten. Lediglich gab es Hinweise auf ökologisch höherwertige Produkte im Bereich der Versicherungen.

Bewertungsstufen

Stufe: Fortgeschritten

Erste Maßnahmen zur Reduktion ökologischer Risiken/Auswirkungen zugekaufter Produkte/Dienstleistungen werden umgesetzt, und es erfolgt eine Auseinandersetzung mit der Reduktion des Verbrauchs umweltschädlicher Produkte.

Darüber hinaus:



Umfassende Einkaufsrichtlinien haben wir aufgrund des geringen Einkaufsvolumen bisher nicht dokumentiert. Ziel für den Einkauf ist nach Möglichkeit das ökologisch höherwertige Produkt einzukaufen. Bei vielen wesentlichen Lieferanten werden überdurchschnittlich gute ökologische Standards erfüllt.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Informations- und Kommunikationstechnik: Zusammen mit der OLI Systems GmbH kann eine Einkaufsrichtlinie für IKT-Hardware erstellt werden, bei der Labels wie *Green IT* berücksichtigt werden. Hilfreich können hier Gespräche mit unserem IKT-Dienstleister Julkair sein.

Für das Multifunktionsgerät (Drucker, Kopierer etc.) ist zu prüfen, zu welchem Grad das *Print Green* Label (CO₂-neutrales Drucken) angewandt wird. Eine Urkunde kann angefordert werden.

Einkaufsrichtlinie: Es sollte in einem Dokument, das ständig aktualisiert wird, festgehalten werden, wie die Nachfrage nach ökologisch höherwertigen Produkten und Dienstleistungen gesteigert werden kann. Die Richtlinien sollten regelmäßig mit allen Mitarbeitenden besprochen werden. Potenziale sind:

- Bezugsquellen und Produktauswahl für Verbrauchsmaterial
- Bei Dienstreisen Übernachtungen in zertifizierten Hotels
- CO₂-Kompensation bei Transport-DL und erforderlichen Flugreisen
- Papierlose Kommunikation in der Buchhaltung steigern

Als kleines Unternehmen mit geringen Umsätzen haben wir wenig Einfluss auf die Bedingungen großer Unternehmen, z.B. Deutsche Bahn, Vodafone. Dennoch können wir durch gezieltes Nachfragen auf unsere Interessen aufmerksam machen.

A3.1 - UNVERHÄLTNISSMÄßIG HOHE UMWELTAUSWIRKUNGEN IN DER ZULIEFERKETTE

Die Beurteilung, dass bei uns keine Produkte/Dienstleistungen zugekauft werden, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen über die gesamte Zulieferkette ist uns derzeit noch nicht vollständig möglich. Der Aufwand für die dazu notwendigen Nachforschungen ist enorm. Daher stützen wir unsere Einschätzung, wo immer es möglich ist, auf die von unseren Lieferanten vorgelegten Zertifizierungen oder persönliche Besuche. Doch selbst dann haben wir uns nur von der Situation in den unmittelbar vor uns liegenden Stufen der Zulieferkette überzeugt und nicht bis ganz zum Ursprung.

Ein Bereich, der Risiken aufweist, ist die Beschaffung von IKT-Hardware. Geräte wie Computer, Mobiltelefone, lokale Server etc. sind für uns wesentliche Arbeitsmaterialien, jedoch nicht unser Kerngeschäft. Wir sind uns bewusst, dass im Lebenszyklus der elektronischen Produkte Umweltauswirkungen entstehen, etwa durch den Abbau von Rohstoffen, durch die Produktion in Ländern mit weniger strengen Umweltauflagen, durch den Energieverbrauch während der Nutzung oder durch die Verwertung und Entsorgung von Elektroschrott.

Ziel der Gemeinwohlökonomie muss es sein, dass jedes Glied in der Zulieferkette seine unmittelbaren Vorlieferanten entsprechend evaluiert und dazu anhält die entsprechenden Kriterien einzuhalten. Dieser Aufgabe gehen wir mit großer Ernsthaftigkeit nach.

Daher geben wir uns hier keine Negativpunkte, auch wenn wir uns der oben genannten Risiken bewusst sind. Mögliche Maßnahmen dazu sind unter Zukunftsideen beschrieben.

A3 – Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	
erreichte Punktezahl A3	3
erreichte Punktezahl A3.1	0

A5 - TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG IN DER ZULIEFERKETTE

Unternehmen haben die Mitverantwortung, entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten untereinander einzufordern und aktiv zu unterstützen. Jedes Unternehmen kann sich über entsprechende Risiken und mögliche Missstände in der Zulieferkette informieren, Forderungen kommunizieren und Kaufentscheidungen treffen.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Für das Themenfeld Transparenz und Mitentscheidung gilt, was wir auch schon zum Thema Menschenrechte sowie Solidarität und Gerechtigkeit dargestellt haben: Vertrauensvolle Geschäftsbeziehungen auf Augenhöhe, die auf Transparenz und Gleichberechtigung beruhen, sind uns wichtig. Wo wir dies durch unsere Auswahl von Dienstleistern oder Produkten fördern können, setzen wir uns dafür ein.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Gesicherte Daten und Informationen explizit zum Kriterium Transparenz und Mitbestimmung sind schwierig zu bekommen. Hinweise auf einen bewussten Umgang mit dem Thema geben auch hier wieder eventuell vorhandene Vision Statements, Ethik- und Verhaltenskodizes oder Eigenerklärungen eines Unternehmens. Beispiele sind:

- Statement „mit allen Beteiligten in den offenen Dialog zu gehen“ (ein Dienstleister für Buchhaltung)
- Stakeholderdialog im Rahmen des Nachhaltigkeitsmanagements (Deutsche Bahn)
- Mitglied Allianz für Cybersicherheit (ein IT-Dienstleister)

Im Bereich der Finanzdienstleister sprechen verschiedene Zertifikate für einen proaktiven Umgang mit dem Thema, z.B.:

- Audit für Beruf und Familie (ein Versicherungsunternehmen, ein Anbieter von Finanzdienstleistungen)
- Charta der Vielfalt, Fair Company, InnoWard, TopArbeitgeber, top4women (ein Versicherungsunternehmen)

Die persönliche Erfahrung dient hier stärker als Entscheidungsgrundlage. In die Bewertung eingeflossen ist auch, ob öffentlich verfügbare Informationen mit dem persönlichen Eindruck übereinstimmen.

Kennzahlen

Neun der 14 wichtigsten Lieferanten für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe konnten danach bewertet werden, zu welchem Grad Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette thematisiert und inwiefern zertifizierte Produkte angeboten werden. Bei den Finanzdienstleistern wurden zwei von vier nach diesem Kriterium überprüft bzw. liefern persönliche Erfahrungswerte. Oben genannte Zertifikate weisen auf eine aktive Auseinandersetzung in Bezug auf die angebotenen Dienstleistungen hin. Daraus ergeben sich folgende Bewertungen:

Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt, gewichtet nach Einkaufsvolumen.	1 %
Anteil der Lieferanten, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden, gewichtet nach Einkaufsvolumen.	35%
Anteil der eingekauften Finanzdienstleistungen, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt, gewichtet nach Einkaufsvolumen.	3 %
Anteil der Finanzdienstleister, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden, gewichtet nach Einkaufsvolumen.	16 %

Bewertungsstufen

Stufe: Erste Schritte

Das Unternehmen verschafft sich erste Informationen zu Risiken und Missständen bzgl. Transparenz und Mitentscheidung entlang der Zulieferkette. Einige eingekaufte Produkte und Rohwaren tragen ein Label, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt.



Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Hier ergeben sich keine neuen Potenziale gegenüber A1 bis A3.

A4 – Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	
erreichte Punktezahl A4	2
erreichte Punktezahl A4.1	-0

B - EIGENTÜMER UND FINANZPARTNER

B1 - ETHISCHE HALTUNG IM UMGANG MIT GELDMITTELN

Eine werte- und gemeinwohlorientierte Haltung versteht Geld nicht als Hauptziel, sondern nur als Mittel des Zahlungsverkehrs. Wichtig im Umgang mit Geld ist die Achtung der Menschenwürde vor finanziellen Interessen. Hohe Ausstattung mit Eigenmitteln bedeutet finanzielle Unabhängigkeit und schützt das Unternehmen vor unerwünschten externen Einflüssen. Jede Kreditaufnahme ist ein Versprechen auf eine Steigerung der Wertschöpfung, um Zinsen und Rückzahlung leisten zu können. Fremdmittel sollten aus solidarischen Quellen oder von Ethikbanken stammen.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Zur Wahrung der unternehmerischen Unabhängigkeit streben wir eine Finanzierung weitgehend mit Eigenmitteln an. Personalaufbau und -entwicklung bedürfen jedoch erheblicher Mittel, die weder vom Unternehmensgründer Ole Langniß noch aus dem laufenden Geschäft im ausreichenden Maße aufgebracht werden konnten.



Wie wird das Thema aktuell gelebt

Das Unternehmen wurde 2014 ausschließlich mit Eigenmittel von Ole Langniß gegründet. Im Jahr 2015 wurde ein Gründungsdarlehen, abgesichert über eine Bürgschaft der baden-württembergischen Bürgschaftsbank, aufgenommen, um ein Personalwachstum mit Liquidität abzusichern. Dieses Darlehen ist derzeit (November 2020) etwa zur Hälfte getilgt.



Kennzahlen

Anteil Eigenkapital	31%
Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche	34%
Fremdfinanzierung, konventionell	90 % des FK
Fremdfinanzierung, sonstige	10 % des FK



Bewertungsstufen

Stufe: Erste Schritte

Planziele zum Erreichen und Höhe eines ausreichenden Eigenkapitalanteils zur Risikodeckung wurden erarbeitet. Eine solidarische Finanzierung über Berührungsgruppen und/oder durch Kredit bei einer Ethikbank wird vorbereitet. Finanzpartner haben eigene ethisch-nachhaltige Finanzprodukte, sind regional engagiert und nicht in kritische Projekte involviert.



Ursprünglich wurde ein Konto und Finanzdienstleistungen mit der GLS Bank angestrebt, die auch eine Filiale in Stuttgart hat und im Bereich der Finanzierung erneuerbarer Energien sehr aktiv ist. Die Kommunikationspartner in der Bank waren allerdings leider wenig kooperativ, Leistungen wurden nur schlecht erbracht. Deshalb haben wir die Volksbank Stuttgart eG als regionale, genossenschaftliche Bank ausgewählt. Diese ist gerade auch der Finanzierung der regionalen Wirtschaft verpflichtet.

Stufe: Fortgeschritten

Der Eigenkapitalanteil erreicht branchenübliche Höhe.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Es wird angestrebt, Mitarbeiter am Eigentum zu beteiligen, um Risiken durch die Abhängigkeit von nur einem Eigentümer zu mindern. Auch soll dadurch unternehmerisches, selbstverantwortliches Handeln bei langfristig Beschäftigten gestärkt werden.

Dazu werden schon gegenwärtig strategische Ausrichtung und andere unternehmerische Entscheidung kommuniziert, diskutiert und zum Teil auch gemeinsam beschlossen, sowohl in den regelmäßigen wöchentlichen Treffen aller Mitarbeitenden wie auch in der jährlichen Klausur.

B1 – Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	
erreichte Punktezahl B1	2

B2 - SOZIALE HALTUNG IM UMGANG MIT GELDMITTELN

Ein zentrales Ziel ist das Erreichen von Fairness gegenüber allen Berührungsgruppen. Die Ausgaben des Unternehmens werden dabei zu „Einkommen“ der Lieferanten, Mitarbeitenden und der Gesellschaft. Bei der Verwendung des verbleibenden Mittelüberschusses stehen der Einsatz für das Weiterbestehen und die Weiterentwicklung des Unternehmens und die Bildung notwendiger Risikorücklagen im Vordergrund. Eine Ausschüttung von Kapitalertrag sollte erst nach ausreichender Zukunftsvorsorge erfolgen.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Bisher wird die Finanzplanung vom Eigentümer Ole Langniß durchgeführt. Gewinn wie auch Löhne sind nicht transparent. Das Ausbalancieren zwischen nachhaltigen, langfristiger Unternehmensentwicklung und kurzfristiger Erfolgsbeteiligung bleibt eine stete Herausforderung.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Ole Langniß als Eigentümer möchte seine Anfangsinvestition durch laufende Erträge gedeckt sehen. Weiterhin strebt er eine Vergütung seiner Tätigkeit entsprechend 80 % der Bezüge seiner letzten abhängigen Beschäftigung im Jahr 2013 an.

Die Entlohnung der Mitarbeitenden wird bilateral bei der Einstellung ausgehandelt. Es wird angestrebt, Löhne um jährlich 5 % zu steigern, was in den vergangenen Jahren auch erreicht wurde. Die Lohnerhöhung erfolgt dabei für das laufende Jahr am Ende des Jahres nachträglich in Form einer Sonderzahlung, um das Risiko für das Unternehmen zu begrenzen. Im Folgejahr ist dann diese Erhöhung Teil des monatlichen Lohns.

Investitionen in die Zukunft sind insbesondere im Bereich Öffentlichkeitsarbeit (Homepage, Twitter), Veröffentlichungen und Vorträge sowie Weiterbildung. Jede Mitarbeitende ist aufgefordert, soweit es die wirtschaftlichen Verhältnisse zulassen, an einer Fortbildung pro Jahr teilzunehmen. Dies beinhaltet insbesondere die Teilnahme an Konferenzen.

Zwecks Akquise beobachten wir eine Vielzahl von Ausschreibungsplattformen und bieten auf 20 bis 30 Ausschreibungen pro Jahr an.

Eine Mitarbeitende wird bei ihrer Teilnahme in einem Frauennetzwerk finanziell unterstützt.

Im Projekt C/sells haben wir die Herausgeberschaft für ein Buch über die Ergebnisse übernommen. Diese Aktivitäten waren nicht Teil des öffentlich geförderten Projektes und beinhalten einen hohen Anteil Eigenleistung. Wir sehen im Wissenstransfer in Gesellschaft und Politik eine wichtige Aufgabe.

Die Teilnahme an der GWÖ-Zertifizierung stellt für uns auch eine Zukunftsinvestition dar.

Kennzahlen

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit	60 Tsd. EUR
Gesamtbedarf Zukunftsausgaben	46 Tsd. EUR
Getätigte/r strategischer Aufwand/strategische Ausgaben	45 Tsd. EUR
Anlagenzugänge	1 Tsd. EUR

Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn)	0
Auszuschüttende Kapitalerträge	0

Bewertungsstufen

Vorbildlich: Beschränkte Ausschüttung von Kapitalerträgen ohne dafür einzugehende Neuverschuldung erst nach mind. 90 % Deckung des aktualisierten Bedarfs an Zukunftsausgaben



Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Erfolgsmessung der Zukunftsinvestitionen: Z.B. inwieweit eröffnet uns die Zertifizierung nach GWÖ oder die Veröffentlichung des C/sells Buches neue Kooperationen, Themen und Projekte?

B2.1 - UNFAIRE VERTEILUNG VON GELDMITTELN

Wir bestätigen, dass die Verteilung von Geldmitteln trotz stabiler Gewinnlage fair erfolgt.

Die Punktzahl ergibt sich aus den o.g. Bewertungen, die sich auf „harte“ Zahlen stützen. Im GWÖ-Rechner geht dieses Ergebnis aufgrund des Unternehmenstyps nicht in das Gesamtergebnis ein.

B2 – Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	
erreichte Punktezahl B2	7
erreichte Punktezahl B2.1	-0

B3 - SOZIAL-ÖKOLOGISCHE INVESTITIONEN UND MITTELVERWENDUNG

Die Transformation zu einer ökologisch nachhaltigen Gesellschaft verlangt die Berücksichtigung ökologischer Aspekte bei allen Investitionen, insbesondere die gezielte Umlenkung von Finanzflüssen zu ökologisch stark wirksamen Investitionen.

Ebenso können Veranlagungen direkt in sozial-ökologische Projekte oder über Finanzdienstleister erfolgen. Oft gehen die Wirkungen in beide Richtungen, sowohl sozial als auch ökologisch, daher können sie gemeinsam betrachtet werden.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Die klimafreundliche, partizipative und gerechte Energieversorgung ist Ziel unserer Beratungstätigkeit. Entsprechend sind alle Maßnahmen zur Stabilisierung oder/und Ausweitung der Geschäftstätigkeit auch auf die Dimensionen Umweltverträglichkeit, Partizipation und Gerechtigkeit ausgerichtet. Die Investitionen werden auf der jährlichen Klausur mit allen Mitarbeitenden festgelegt.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Investitionen in die Zukunft erfolgen insbesondere im Bereich Öffentlichkeitsarbeit (Homepage, Twitter), Veröffentlichungen und Vorträge sowie Weiterbildung. Jede Mitarbeitende ist aufgefordert, soweit es die wirtschaftlichen Verhältnisse zulassen, an einer Fortbildung pro Jahr teilzunehmen. Dies beinhaltet insbesondere die Teilnahme an Konferenzen.

Zwecks Akquise beobachten wir eine Vielzahl von Ausschreibungsplattformen und bieten auf 20 bis 30 Ausschreibungen pro Jahr an.

Eine Mitarbeitende wird bei ihrer Teilnahme in einem Frauennetzwerk finanziell unterstützt.

Die Teilnahme an der GWÖ Zertifizierung stellt für uns auch eine Zukunftsinvestition dar.

Im Berichtszeitraum fand ein Umzug in neue Räumlichkeiten zur Untermiete bei unserem Partnerunternehmen OLI Systems statt. Die Räumlichkeiten waren durch OLI Systems bereits nach unseren Anforderungen (LED-Beleuchtung, Klimatisierung bei sehr hohen Außentemperaturen) umgestaltet worden. Rechner werden typischerweise drei bis vier Jahre von den vollbeschäftigten Mitarbeitenden genutzt und dann ggf. noch von Hilfskräften und Studenten weitergenutzt. Die Anschaffung von gebrauchtem Computerequipment hat sich als nicht praktikabel erwiesen, da es nicht den Hardwareanforderungen aktueller Software entspricht.

Kennzahlen

Investitionsplan inkl. ökologischer Sanierungsbedarf	2 Tsd. Euro
Realisierung der ökologischen Investitionen	0
Finanzierte Projekte	0
Fonds-Veranlagungen	0

Bewertungsstufen

Stufe: Erste Schritte

Für das bestehende Anlagevermögen wurden Sanierungsbedarf und durch Erneuerungsinvestitionen erreichbare Verbesserungspotenziale auf der gemeinsamen Klausur ermittelt und der Investitionsbedarf abgeschätzt.

Stufe: Vorbildlich

Wie oben beschrieben wurden alle wesentlichen und notwendigen Investitionen unter Beachtung ökologischer und teilweise auch sozialer Kriterien in Perioden vor dem Berichtszeitraum getätigt bzw. bei unserem Vermieter, der Partnerorganisation OLI Systems initiiert. Wir sehen keinen aktuellen Handlungsbedarf, der in unserer Verantwortung steht. Bis zu 100 % des aktualisierten Sanierungsbedarfs wurden realisiert.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Verbesserung der Kühlung und Heizung durch verbesserte Abschattung der Fenster.

Prozess zur automatischen Installation von Druckertreiber, die standardmäßig auf doppelseitigen Druck und SW eingerichtet sind, festlegen.

Aufbau von mehr digitalen Werkzeugen zu gemeinschaftlichen Arbeiten remote, um Dienstreisen zu vermeiden.

B3.1 - ABHÄNGIGKEIT VON ÖKOLOGISCH BEDENKLICHEN RESSOURCEN

Wir bestätigen, dass das Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut oder dass zumindest eine mittelfristige Ausstiegsstrategie verfolgt wird.

B3 - Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	
erreichte Punktezahl B3	7
erreichte Punktezahl B3.1	-0

B4 - EIGENTUM UND MITENTSCHEIDUNG

Ein Unternehmen lebt vom gemeinsam getragenen Sinn der unternehmerischen Tätigkeit, dem daraus entwickelten gemeinsamen Zukunftsbild und guter Zusammenarbeit. Dies gelingt vor allem durch gemeinsames Entscheiden, Mitgestalten und damit Mitverantworten – am besten durch Mitunternehmerschaft. Dieses Ziel kann durch eine passende Rechtsform unterstützt werden, die das Übernehmen oder Übertragen von Eigentumsanteilen im Sinne echter Mitunternehmerschaft erleichtert.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Die Energiewende kann nur über Partizipation zu Ende geführt werden. Auch die Beratung von unseren Kunden ist nur dann nachhaltig, wenn die Kunden im Beratungsprozess „Ownership“ an den Ergebnissen entwickeln. Wir können als Unternehmen deshalb nur dann glaubhaft diese Thesen vertreten, wenn wir sie in unserem eigenen Unternehmen auch leben.

Eine Triebfeder, warum Ole Langniß sich im Jahr 2014 mit seiner Firma selbständig gemacht hat, war, andere Arten der Entscheidungsfindung im professionellen Umfeld umsetzen zu wollen.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Kooperation und Hilfsbereitschaft sind treibende Säulen unseres gemeinsamen Handelns. Die Anerkennung individueller Eigenschaften einzelner Mitarbeitender und der dadurch möglichen spezifischen Beiträge sind für uns ein Schlüssel für den Erfolg unseres Unternehmens. Das bedeutet: Individuelle Stärken zur Blüte bringen, Schwächen konstruktiv kritisieren und unterstützend ausgleichen. Zusammen sind wir mehr als die Summe der Einzelnen.

Das von uns seit 2017 mitgeleiteten Großvorhaben C/sells mit über 50 Partnerunternehmen und mehr als 300 Mitarbeitenden steht exemplarisch für diesen Ansatz: Da uns als Projektleitung weder disziplinarische Maßnahmen noch budgetäre Möglichkeiten der Belohnung oder Bestrafung von Verhaltensweisen zur Verfügung stehen, müssen wir allein kraft der Worte und der eigenen Taten überzeugen. Dies gelingt nur, wenn wir auch die Motivlagen und Ziele der Beteiligten verstehen und in unseren Überlegungen aufnehmen. Die zu bearbeitenden Fragestellungen können aufgrund ihrer Komplexität von einzelnen Personen oder Institutionen allein nicht gelöst werden, die Zusammenarbeit ist inhärent notwendig. Diese Einsicht zu erzeugen und die Kommunikation dahin und die des eigentlichen Lösungsprozesses zu moderieren hat dieses Projekt letztlich nachhaltig zum Erfolg geführt.

Die meisten Grundsatzfragen und strategischen Entscheidungen werden in unserem Unternehmen bisher von dem Gründer Ole Langniß vorbereitet und im Wesentlichen entschieden. Er tauscht sich dazu mit den anderen Mitarbeitenden aus, fragt Meinungen, Wünsche und Ziele ab. Teilweise werden diese Themen auch auf der jährlichen Klausur diskutiert und entschieden. Gerade kaufmännische Fragen werden erläutert, Mitarbeitende darin geschult.

Neben Treffen zu Fragen konkreter Projekte finden regelmäßig Treffen zu übergeordneten Fragestellungen statt.

Bisherige Projekte konnten im Wesentlichen durch die Reputation und Bekanntheit von Ole Langniß gewonnen werden. Um Risiken bei einem Ausfall wie auch für die langfristige, nachhaltige Sicherung des Unternehmens werden die Mitarbeitenden bei der Entwicklung



eines eigenen Profils aktiv unterstützt. Dazu gehört das Einbringen in Netzwerke und die Veröffentlichungen von Aufsätzen. Auch der direkte Kontakt aller Mitarbeitenden mit Buchhaltung, Steuerberatung und anderen unterstützenden Dienstleistern wird gefördert, um unabhängiger von alleinigen Entscheidungen von Ole Langniß zu werden. Auch in der konkreten Projektarbeit werden Führungsentscheidungen bewusst den Mitarbeitenden überlassen.

Die Mitarbeitenden haben als Angestellte im Betrieb ihre Tätigkeit begonnen. Insofern haben sie die Erwartung, für die Leistung klar umrissener Aufgaben monatlich ein festes Gehalt zu erhalten. Eine Miteigentümerschaft würde dagegen bedeuten, dass auch unternehmerische Risiken übernommen werden. Die Bereitschaft, solche Risiken zu übernehmen, wie auch die Bereitschaft des jetzigen Eigentümers Ole Langniß, Entscheidungskompetenz abzugeben, wurde bisher noch nicht diskutiert.

Kennzahlen

Lfd. Nr.	Anzahl tatsächl. Eigentümern	Potentielle Eigentümer	Kapitalanteil in %
1	1	Unternehmer	100 %
2		Führungskräfte	%
3		Mitarbeitende	%
4		Kunden	%
5		Lieferanten	%
6		Weiteres Umfeld	%
7		Nicht mittätige Kapital Investoren	%
		GESAMT	100 %

Bewertungsstufen

Stufe: Fortgeschritten

Einige Beteiligten verfügen über Grundlagen für ihre Entscheidungen. Ole Langniß bemüht sich aktiv, Wissen zu Führungsaufgaben aktiv an seine Mitarbeitenden zu übertragen, Verantwortung zu dezentralisieren. Laufend wird gemeinsam diskutiert und entschieden, wie Aufgaben optimal verteilt und deren Bewältigung organisiert werden können. Auch wird gemeinsam entschieden, welche zusätzlichen Ressourcen zur Bewältigung von Aufgaben notwendig sind. Den Mitarbeitenden wird aktiv ein direkter Zugang zu dienstleistenden Unterstützern (Steuerberater, Buchhaltung, etc.) zur direkten Absprache vermittelt, um exklusives Herrschaftswissen zu vermeiden. Gemeinsame Schulungen zu Führungs- und Eigentümerrollen finden statt.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Beteiligung an Entscheidungen über Lohnsteigerungen.

Perspektive für eine Miteigentümerschaft erarbeiten.

B4.1 - FEINDLICHE ÜBERNAHME

Wir bestätigen, dass keine feindlichen Übernahmen erfolgt sind.

B4 - Eigentum und Mitentscheidung	
erreichte Punktezahl B4	2
erreichte Punktezahl B4.1	-0

C - MITARBEITENDE

C1 - MENSCHENWÜRDE AM ARBEITSPLATZ

Gelebte Menschenwürde zeigt sich in einer an den Mitarbeitenden orientierten Unternehmenskultur, die auf Respekt, Wertschätzung und Vertrauen aufbaut. Vielfalt in der Belegschaft wird als Chance gesehen und genutzt. Es wird ein gesundheitsförderndes Arbeitsumfeld geschaffen. Der Mensch steht im Mittelpunkt und wird nicht als Produktionsfaktor gesehen.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Dr. Ole Langniß leitet das Unternehmen mit drei Mitarbeitenden. Durch die geringe Größe, aber besonders durch den bewusst offenen und wertschätzenden Umgang miteinander, ist das Arbeiten von einer positiven Atmosphäre geprägt. Als Mitarbeitende unterstützen und vertrauen wir uns gegenseitig und gehen respektvoll miteinander um.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Die Personalentwicklung liegt bei Dr. Ole Langniß, der das Unternehmen 2014 gegründet hat. Er setzt sowohl jüngere als auch erfahrene Mitarbeitende entsprechend ihres fachlichen Profils ein und unterstützt deren Weiterentwicklung im Rahmen der Projektarbeit. Eine fachliche Unterstützung von Nachwuchskräften erfolgt durch die Förderung von Abschlussarbeiten in Zusammenarbeit mit Hochschulen. Alle Mitarbeitenden setzen ihr Wissen und ihre Fähigkeiten zu einem hohen Grad eigenverantwortlich ein. Ein regelmäßiger Austausch über die laufenden Projekte ermöglicht die Umsetzung abgestimmter Maßnahmen ebenso wie die Analyse von Fehlern und Konflikten zur künftigen Verbesserung. Personalverwaltungsaufgaben übernimmt ein externer Dienstleister.

Die Mitarbeitenden werden dabei unterstützt, sich fachlich und persönlich fortzubilden. z.B. auf Konferenzen oder durch interne Seminare. Dabei werden Kenntnisse zur Energiewirtschaft gefördert, aber auch Prozesswissen wie agiles Management oder Datenschutz.

Jeder Büroarbeitsplatz in den weitgehend offen gestalteten Büroräumen ist nach den gängigen Arbeitsstättenregeln ausgestattet. Alle Mitarbeitenden nutzen ein Notebook, um auch von zu Hause oder von unterwegs arbeiten zu können. Ein gesicherter Informationskanal (VPN) ermöglicht es, Daten sicher austauschen zu können. Ein gemeinsamer Besprechungsraum ist mit Bildschirm und Telefonanlage für professionelle Videokonferenzen ausgestattet.

Viele Abläufe im Betrieb beruhen nicht auf festgeschriebenen Regeln oder Systemen. Als kleiner Betrieb ist es uns möglich, viele Dinge eigenverantwortlich und auf Vertrauensbasis zu regeln.

Die Räume teilen wir mit unserem Schwesterunternehmen, der OLI Systems GmbH, in der Dr. Ole Langniß Gesellschafter ist. Dadurch gibt es einige Prozesse im Arbeitsalltag, die gemeinsam mit den Kolleginnen und Kollegen von OLI Systems gestaltet werden.

So gibt es beispielsweise keine systematische betriebliche Gesundheitsförderung. Auf freiwilliger Basis treffen sich jedoch Kolleginnen und Kollegen regelmäßig zum Laufen oder Mannschaftssport. Derartige private Initiativen werden im Arbeitsablauf integriert und damit unterstützt. Im Projekt C/sells haben wir uns einmal jährlich mit der Organisation der Teilnahme mit mehreren Teams an Stadt-Marathons eingebracht. 2019 nahmen zwei unserer



Mitarbeitenden zusammen mit über 20 Mitstreiter*innen aus Partnerunternehmen am Stuttgart-Lauf teil.

Im Sinne einer gesunden Ernährung für alle Mitarbeitenden beziehen wir wöchentlich Obst, das aus biologischem und vorwiegend regionalem Anbau stammt. Eine Kantine ist nicht vorhanden. Durch die günstige Lage nahe der Stadtmitte von Stuttgart befinden sich viele Anbieter von gesundem, frisch zubereitetem Mittagessen im Umkreis. Dieses Angebot nutzen die Kolleginnen und Kollegen häufig gemeinsam.

Das Verhältnis von Frauen zu Männern beträgt aktuell 3 zu 1. Alter und Berufserfahrung sind unterschiedlich. Internationale Mitarbeitende sind sehr willkommen. Toleranz gegenüber unterschiedlichen Kulturen wird täglich gelebt. Einmal in der Woche kochen wir gemeinsam und lernen dabei Gerichte unserer internationalen Kolleginnen und Kollegen kennen. Persönliche Gespräche in mehreren Sprachen bereichern den Alltag. Dabei geht es auch bewusst darum, religiöse Bräuche und Feste der anderen kennenlernen, wenn etwa Gebete oder Ramadan thematisiert werden. Das Sprechen über religiöse Gewohnheiten fördert die gegenseitige Toleranz.

Den Mitarbeitenden wird die Möglichkeit eingeräumt, auch während der Arbeitszeit ihren religiösen Bräuchen nachzugehen.

Bei Bedarf werden Sprachkurse (Deutsch und Englisch) zur Entwicklung der Mitarbeitenden finanziell unterstützt.

Die jährlich gemeinsam organisierte Weihnachtsfeier wird von allen Mitarbeitenden gern angenommen. Ebenso setzen sich mehrere Mitarbeitende mit der Organisation weiterer sozialer Ereignisse während des Jahres für den Zusammenhalt ein.

Kennzahlen

Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit	3,9 Jahre
Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro Mitarbeitenden bzw. nach Führungsebene	21 Stunden für alle Ebenen
Gesundheits-/Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung)	9 Krankheitstage*
Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen	nicht erfasst
Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle	keine Unfälle
In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit / Diversität: Inhalte + Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden	keine
Durchschnittliche Karenzdauer von Vätern-/Müttern in Monaten	keine

*aus Datenschutzgründen nur für alle Mitarbeitenden angegeben.

Bewertungsstufen

Stufe: Fortgeschritten

Erste Maßnahmen zur Verbesserung bzw. Förderung einer mitarbeitenden orientierten Unternehmenskultur, der Gesundheit am Arbeitsplatz bzw. Förderung von Diversität sind umgesetzt.



Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Verhältnis Präsenz- und Telearbeit: Dieser Bericht wurde 2020 während der Corona-Beschränkungen verfasst. In dieser Zeit hat sich gezeigt, dass Home-Office-Phasen bei gut organisierter IKT³ der Zusammenarbeit und dem Arbeitsfortschritt nicht abträglich sind. In Zukunft wird eine Mischung aus notwendigen und wertvollen Präsenztagen und Home-Office-Tagen, je nach Anforderungen und Bedürfnissen der einzelnen Mitarbeitenden, den Büro-Alltag bestimmen. Der Vorteil des Home-Office, die Einsparung von Anfahrtswegen und die oftmals ablenkungsärmere Arbeitsumgebung, können dann für Phasen der Stillarbeit sinnvoll eingesetzt werden. Ein elektronisches Zeiterfassungssystem ermöglicht die arbeitsrechtskonforme Dokumentation der Arbeitszeit unabhängig vom Arbeitsort. Die Ausstattung der Home-Office-Arbeitsplätze nach Arbeitsrecht ermöglicht gleichbleibende Bedingungen. Durch eine strukturierte Kombination von Home-Office und Präsenz können Büroarbeitsplätze mehrfach belegt und damit weitere Ressourcen eingespart werden.

Personalentwicklung: Potenzialanalysen und gezielte Auswahl von Weiterbildungen sowohl fachlicher als auch nicht-fachlicher Art können die Personalentwicklung verbessern.

Gesundheit: Im Bereich der systematischen Gesundheitsförderung am Arbeitsplatz liegt Verbesserungspotenzial. Mögliche Maßnahmen sind höhenverstellbare Schreibtische für bessere Rückenfitness oder Maßnahmen zur Lärminderung im Büro.

C1.1 - MENSCHENUNWÜRDIGE ARBEITSBEDINGUNGEN

Wir bestätigen, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen.

C1 - Menschenwürde am Arbeitsplatz	
erreichte Punktezahl C1	3
erreichte Punktezahl C1.1	-0

³ Informations- und Kommunikationstechnik

C2 - AUSGESTALTUNG DER ARBEITSVERTRÄGE

Arbeitsverträge regeln die Zusammenarbeit zwischen Organisation und Mitarbeitenden. Die Ausgestaltung und Zuweisung von Ressourcen wie Verdienst, Zeit, Sicherheit oder Balance hat einen erheblichen Einfluss auf die Leistungsbereitschaft, das Sicherheitsempfinden und das Wohlergehen der Mitarbeitenden. Die individuelle Ausgestaltung der Arbeitsverträge bei gleichzeitiger und weitgehender Selbstbestimmung der Mitarbeitenden ist erklärtes Ziel.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Arbeitsverträge werden bisher nur bezüglich der Wochenarbeitszeit und des Verdienstes individuell ausgehandelt. Der Verdienst orientiert sich an der fachlichen Qualifikation, der Positionierung des Unternehmens und den regionalen Gegebenheiten.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Stellenausschreibungen werden gendergerecht mit „w/m/d“ (weiblich/männlich/divers) ausgewiesen. Die Formulierung der Arbeitsverträge berücksichtigt das Geschlecht zwecks gendergerechter Ansprache.

Die Regelarbeitszeit ist für jeden Mitarbeitenden im Arbeitsvertrag geregelt. In der Regel gilt eine Kernarbeitszeit. Da unsere Stärke als kleines Team kurze Kommunikations- und Entscheidungswege sind, haben wir bisher auf Präsenz im Büro gesetzt. Zu Home-Office-Möglichkeiten siehe Abschnitt C1 Zukunftsideen. Über die Kernarbeitszeit hinaus ist die Arbeitszeitgestaltung flexibel. Bis 2019 gab es keine Zeiterfassung. Vertrauensarbeitszeit funktioniert im kleinen Betrieb mit Präsenzkultur. Im Vordergrund stehen die Ergebnisse der Arbeit, nicht die Stunden der Anwesenheit. Überstunden werden nicht erfasst. Nach Absprache ist aber ein Ausgleich durch Freizeit möglich, etwa wenn für ein Projekt ein hoher Einsatz geleistet wurde.

Bisher gab es noch keinen Bedarf Arbeitszeitmodelle anzupassen. Die prinzipielle Bereitschaft dafür ist gegeben. Teilzeit ist nach individueller Abstimmung möglich. Die Anpassung des Verdienstes wird jährlich thematisiert. Dabei werden auch freiwillige Sozialleistungen wie eine betriebliche Altersvorsorge oder geldwerte Leistungen wie ein Jobrad erwogen.

Kennzahlen

Verdienstreue Höchst- und Mindestverdienst	2,2
Medianverdienst	4.600 EUR (1)
Standortabhängiger "lebenswürdiger Verdienst" Familie (netto, monatlich) ⁴	1.600 EUR
Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit	40 h
Tatsächlich geleistete Überstunden	Nicht erfasst

Anmerkungen zu den Kennzahlen:

⁴ Quelle: <https://wageindicator.org/salary/living-wage/germany-living-wage-series-september-2019>

- (1) Einbezogen sind fest angestellte Mitarbeitende sowie Werkstudierende, die in Teilzeit laufende Aufgaben (Buchhaltung etc.) übernehmen.

Bewertungsstufen

Stufe: Fortgeschritten

Maßnahmen werden getroffen um einen an regionale Lebenshaltungskosten angepassten „lebenswürdigen Verdienst“ zu gewährleisten. Mitarbeitende werden darin unterstützt, einen bewussten Umgang mit Arbeitszeit und Überstundenpraxis zu etablieren. Mitarbeitende besitzen die Möglichkeit, aus verschiedenen flexiblen Arbeitsmodellen auszuwählen.



Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Arbeitsverträge: Individuelle Bedürfnisse wie feste Regelungen zu Home-Office, Teilzeit werden stärker berücksichtigt.

Arbeitszeit: Eine Arbeitszeiterfassung inklusive Überstunden zur transparenteren Regelung des Freizeitausgleichs mithilfe eines elektronischen Tools wird in 2020 umgesetzt. Ideen zum Umgang mit Überstunden im Sinne einer Balance zwischen intrinsischer Motivation und Arbeitsbelastung werden besprochen.

C2.1 - UNGERECHTE AUSGESTALTUNG DER ARBEITSVERTRÄGE

Wir bestätigen, dass die Mitarbeitenden nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet werden.

C2 – Ausgestaltung der Arbeitsverträge	
erreichte Punktezahl C2	3
erreichte Punktezahl C2.1	-0

C3 - ÖKOLOGISCHES VERHALTEN DER MITARBEITENDEN

Pionierunternehmen sind wesentliche Multiplikatoren zur Stärkung des ökologischen Bewusstseins der Mitarbeitenden. Daher kommt der Vorbildfunktion und der Anreizpolitik von Unternehmen zur Förderung des ökologischen Bewusstseins und Verhaltens im beruflichen Alltag der Mitarbeitenden eine Schlüsselrolle zu.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Kernthema unserer Arbeit als Beratungsunternehmen ist die Energiewende. Auch in unseren täglichen Prozessen bekennen wir uns zu nachhaltigem Verhalten, insbesondere zu Ressourcenschonung und Energieeffizienz. Die meisten Mitarbeitenden sind selbst intrinsisch motiviert, persönliches Verhalten und berufliches Engagement an Nachhaltigkeitszielen auszurichten. Durch die Gemeinwohlabilanz wird der Blick auf Handlungsfelder geöffnet, wo wir diese Motivation nutzen und uns noch verbessern können.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Ernährung: Als Unternehmen legen wir Wert auf die ökologische und möglichst regionale Herkunft unserer Lebensmittel am Arbeitsplatz. Wir beziehen auf Kosten des Unternehmens wöchentlich Obst, das aus biologischem und vorwiegend regionalem Anbau stammt (siehe auch C1). Eine Kantine ist nicht vorhanden. Durch die günstige Lage nahe der Stadtmitte von Stuttgart befinden sich viele Anbieter von gesundem, frisch zubereitetem Mittagessen im Umkreis. Dieses Angebot nutzen wir häufig gemeinsam. Müll durch Einweggeschirr vermeiden wir möglichst, indem wir im Lokal essen oder die betriebseigene Küche zur Zubereitung von eigenem Essen nutzen. Bei der gemeinsamen Wahl des Mittagstisches achten wir darauf, dass immer auch vegetarisches Essen zur Auswahl steht. Kaffee steht für alle Mitarbeitenden zur Verfügung. Wir beziehen diesen Kaffee ausschließlich aus fairem Handel und ökologischem Anbau.

Mobilität: Alle Mitarbeitenden benutzen für die Anfahrt ins Büro entweder die öffentlichen Verkehrsmittel oder das Fahrrad. Ebenso legen wir Dienstfahrten in der Regel mit öffentlichen Verkehrsmitteln zurück (siehe E3). Ein Anreiz, die Bahn auch privat zu nutzen, entsteht dadurch, dass das Unternehmen die Kosten für eine Bahncard (i.d.R. BC 50) übernimmt. Das Thema Dienstwagenpolitik oder Spritspartraining ist betrieblich nicht relevant. Zum Thema Home-Office: siehe C1/C2 Zukunftsideen.

Verhalten: Es gibt mehrere Gesichtspunkte, die das individuelle Verhalten betreffen und gleichzeitig in die Unternehmenskultur hineinspielen, wie z.B. Mülltrennung, Verwendung von Konzeptpapier, Bürobedarf aus umweltfreundlichen Materialien, die Nutzung der Bio-Obst-Kiste, Pflanzen am Arbeitsplatz sowie energiesparendes Verhalten beim Heizen, Lüften, Kühlen und Beleuchten. Hier halten wir alle Mitarbeitenden zu verantwortungsvollem Handeln an.

Kennzahlen

Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft	30 % (1)
Anteil der Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß	100 %

Nutzungsgrad des ökologischen Betriebsangebots der Mitarbeitenden | 18 % (2)

Anmerkungen zu den Kennzahlen:

- (1) Wie oben genannt, gibt es außer dem Obstkorb und dem Kaffee keine Firmenverpflegung.
- (2) Das ökologische Betriebsangebot konzentriert sich aufgrund der Firmengröße aktuell auf die Förderung der Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs und auf ökologisches Verhalten.

Bewertungsstufen

Stufe: Fortgeschritten

Klares Bekenntnis im Unternehmen zu nachhaltigen Ernährungsgewohnheiten, konsequente nachhaltige Mobilitätspolitik und punktuelle Integration ökologischer Aspekte in Weiterbildungsprogramme.

Stufe: Erfahren

Aus dieser Stufe trifft zu: Lebensmittel mehrheitlich lokal und saisonal. Reduzierter Anteil an PKW-Anreise in Kilometern, Dienstfahrten unter positiver Berücksichtigung ökologisch besserer Varianten. Weiterbildungsprogramme mit ökologischen Aspekten und bestehende Ökologieprojekte im Unternehmen.

Auch wenn wir im Bereich „Fortgeschritten“ nicht alles zu 100 % erfüllen, sehen wir ein großes Engagement zu diesem Thema im Bereich „Erfahren“. Das rechtfertigt nach unserer Auffassung die Bewertung mit 5 Punkten.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Maßnahmen, die bereits geplant sind:

- Einrichtung von Home-Office-Arbeitsplätzen (entsprechende Ausstattung mit Notebook, VPN-Zugang, Videokonferenzsystem, Unterstützung bei Anschaffung von Büroausstattung)
- Förderung der Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln, z.B. mit einem VVS-Firmenticket, das zusammen mit anderen Firmen in Stuttgart beantragt werden kann.
- Förderung der Nutzung von Pedelecs über Jobrad.
- Verbesserung der Abstellmöglichkeiten für Fahrräder in Abstimmung mit dem Vermieter

Weitere Ideen:

- Mitarbeiterschulung zu sparsamem und ökologischem Verhalten und/oder zum persönlichen ökologischen Fußabdruck.

C3.1 - ANLEITUNG ZUR VERSCHWENDUNG/DULDUNG UNÖKOLOGISCHEN VERHALTENS

Wir bestätigen, dass im Unternehmen weder Verschwendung von Ressourcen gefördert noch unökologisches Verhalten geduldet wird.

C3 - Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden	
erreichte Punktezahl C3	4
erreichte Punktezahl C3.1	-0

C4 - INNERBETRIEBLICHE MITENTSCHEIDUNG UND TRANSPARENZ

Das Unternehmen bzw. die Organisation ist ein Ort der aktiven Teilhabe und Mitwirkung für alle Mitarbeitenden. Sämtliche Mitarbeitende können ihre Ideen, Anregungen oder Impulse einbringen und so Mitverantwortung übernehmen und zum Wohl des Unternehmens beitragen. Die Identifikation mit dem Unternehmen bzw. der Organisation steigt, und die Weisheit der Vielen wird genutzt.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Im Sinne von gemeinsamer Verantwortung und Mitgestaltung legen wir in unserem Unternehmen viel Wert auf Mitentscheidung und Transparenz.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Die innerbetrieblichen Prozesse sind für alle Mitarbeitenden transparent. Bisherige und anstehende Entwicklungen werden vom Unternehmensleiter Dr. Ole Langniß offen kommuniziert. Das schafft Vertrauen und gibt jedem Mitarbeitenden die notwendige Basis für verantwortungsvolle unternehmensbezogene Entscheidungen. Ideen, Wünsche, aber auch Probleme und Zweifel können offen angesprochen werden. Untereinander pflegen wir einen offenen und vertrauensvollen Umgang.

Die tägliche Arbeit erfolgt im gemeinsamen Computernetzwerk der Firma. Über Austauschlaufwerke stehen allen Mitarbeitenden alle Arbeitsunterlagen zu Projekten und zu administrativen Bereichen zur Verfügung. Personalunterlagen werden datenschutzkonform nur beim Unternehmensleiter vorgehalten.

Für Projekte mit externen Partnern werden Cloud-Lösungen genutzt. Die transparente Darstellung des Arbeitsfortschritts und die Verfügbarkeit aller aktuellen Materialien wird insbesondere in den Verbundprojekten gepflegt und durch entsprechende IT-Lösungen unterstützt.

Neue Mitarbeitende erhalten in der Regel schnell Zugang zu allen relevanten Bereichen, um eigenverantwortlich arbeiten zu können. Die festen Mitarbeitenden übernehmen projektbezogene Führungsverantwortung entsprechend ihrer Kompetenzen und Erfahrungen.

Im gemeinsamen Austausch werden kommuniziert und abgestimmt:

- Langfristige Ausrichtung des Unternehmens
- Aufgabenteilung
- Einstellung neuer Mitarbeitenden
- Finanzielle Lage des Unternehmens
- Urlaubsplanung
- Weiterbildungen
- Standort, Umzug (2019 zog das Unternehmen in neue Räume um)



Im bilateralen Gespräch zwischen Unternehmensleiter und Mitarbeitendem:

- Arbeitszeitgestaltung
- Verdienst
- Persönliche Entwicklung

Es finden ad hoc, aber regelmäßig diesbezügliche Gespräche zwischen Ole Langniß und den Mitarbeitenden statt.

Entscheidungen werden, wo es möglich ist, konsensual herbeigeführt. Letztlich liegt aber die Verantwortung für das Unternehmen beim Unternehmensleiter und damit auch ein größeres Gewicht bei der Entscheidungsfindung.

Kennzahlen

Grad der Transparenz bei kritischen und wesentlichen Daten	50%
Anteil der Führungskräfte, die über Evaluierung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden:	75%
Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden:	
Anhörung	80%
Mitwirkung	60%
Mitentscheidung	30%



Bewertungsstufen

Stufe: Fortgeschritten

Anhörung und Mitwirkung der Mitarbeitenden bei den wesentlichen Themen und Entscheidungen, inkl. Bestellung der Führungskräfte. Einige kritische Daten sind transparent, leicht verfügbar und verständlich aufbereitet.

Kritische Daten sind zum Beispiel Jahresbilanzen, Zukunftsvisionen und strategische Informationen. Diese dienen bei wesentlichen Abstimmungen als Grundlage. Daten mit Schutzstatus werden nicht offengelegt.

Stufe: Erfahren

Aus „Erfahren“ trifft zu: Einige Entscheidungen werden möglichst konsensual mit Mitarbeitenden getroffen, inkl. Bestellung und Abwahl der Führungskräfte.

Auch wenn wir im Bereich „Fortgeschritten“ nicht alles zu 100 % erfüllen, sehen wir ein großes Engagement zu diesem Thema im Bereich „Erfahren“. Das rechtfertigt nach unserer Auffassung die Bewertung mit 3 Punkten.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Hier ist noch zu diskutieren, welche Themen wir stärker gemeinschaftlich entscheiden wollen.



C4.1 - VERHINDERUNG DES BETRIEBSRATES

Wir bestätigen, dass keine Verhinderung des Betriebsrates vorliegt.

C4 -Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	
erreichte Punktezahl C4	4
erreichte Punktezahl C4.1	-0

D - KUNDEN UND MITUNTERNEHMEN

D1 - ETHISCHE KUNDENBEZIEHUNG

Kundinnen und Kunden als Menschen mit ihren Bedürfnissen und Wünschen stehen im Vordergrund, nicht deren Potenzial als Umsatzträger. Ziel ist die optimale Erfüllung des wirklichen Kundennutzens. Dies reicht von der kundenorientierten Produktentwicklung über die offene Kommunikation auf Augenhöhe bis hin zur Barrierefreiheit bei sämtlichen Kontaktpunkten mit Kundinnen und Kunden. Ethische Kundenbeziehungen umfassen auch den Verzicht auf Umsatz oder Gewinn, wenn es im Interesse der Kunden ist.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Unsere Kundengruppen, Partner & Auftragsverhältnisse

Wir arbeiten zu einem großen Teil für öffentliche Institutionen oder im Auftragsverhältnis im Rahmen von staatlich geförderten Projekten. Unternehmen, die uns beauftragen, sind oft auch zu einem bedeutenden Teil in der Hand öffentlicher Träger.

Unsere Angebote und Dienstleistungen umfassen die folgenden kundenspezifischen Tätigkeiten, hier ein Auszug aus unserer Homepage:

„Öffentliche Institutionen: Wir arbeiten für Landes- und Bundesministerien und für Kommunen - in Deutschland und weltweit. Wir bieten Prozessbegleitung und Studien an, wobei wir wissenschaftliche Analyse mit zielorientierten Handlungsempfehlungen verbinden. Unsere Expertise liegt schwerpunktmäßig bei Erneuerbaren Energien, Energieeffizienz, Smart Grids und Nachhaltigkeit, bezieht aber auch Elemente der fossilen Energiewirtschaft mit ein.“

„Gewerbe und Industrie: Wir begleiten Sie (unsere Kunden) bei der Energiewende und bauen für Sie Brücken zwischen der traditionellen und der neuen Energiewelt. Für Stadtwerke und regionale Energieversorger, für Anlagenbetreiber und Energieverbraucher, für Start-ups und Marktneulinge sind wir der Lotse in die Energiezukunft. Wir arbeiten in enger Abstimmung mit den Auftraggebern unter Einbindung relevanter Akteure und in Kooperation mit Partnern.“

Es folgt eine Übersicht der wichtigsten Kunden im Jahr 2019, gemessen am Umsatz:

Kunde	Leistung	Besonderheit Auftragsverhältnis
EnergieNetz Mitte GmbH	Leitung und Koordination des Förderprojekts C/sells im Rahmen von SINTEG „Schaufenster intelligente Energie - Digitale Agenda für die Energiewende“. https://www.csells.net/de	Auftraggeber im Namen von 41 Projektpartnern, die im Rahmen des Förderprogramms SINTEG Mittel des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie erhalten.
IKI Sekretariat Zukunft-Umwelt-Gesellschaft	Evaluation energiebezogener Programmskizzen im Rahmen der Internationalen Klimaschutzinitiative	Im Auftrag des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit
International Solar Energy Research Center ISC	Leitung und Koordination des ERA-Net-Projekts Callia. https://callia.info/en/	Auftraggeber im Namen von 13 Partnern, die Mittel von der Europäischen Union erhalten.
Deutsche Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit GIZ	Konferenzbeitrag und Beratung zur Digitalisierung der Energiewirtschaft in der chinesischen Provinz Jiangsu	Führte zur weiteren Kooperation zwischen chinesischen Partnern und der OLI Systems GmbH
Renewables Academy AG	Vortrag auf einer internationalen Konferenz zur deutschen Energiewende	Initiiert durch das Auswärtige Amt

Verantwortung für Kunden und Partner

Durch den großen Anteil öffentlich finanzierter Institutionen tragen wir Verantwortung für den Einsatz von Steuergeldern. Unser Selbstverständnis als Unternehmen leitet uns dazu an, kosteneffizient zu arbeiten und unseren Kunden optimale Lösungen anzubieten. Diese Orientierung fußt auf dem Grundsatz, dass wir uns dem Gemeinwohl verpflichtet fühlen und nachhaltige Lösungen für die Menschen entwickeln wollen.

Die Themen, an denen wir arbeiten, sind von hoher gesellschaftlicher Relevanz: Im Mittelpunkt steht die Energiewende, also die Dekarbonisierung des Energiesystems, als eine der größten Herausforderungen des 21. Jahrhunderts. Dabei widmen wir uns verschiedenen Aufgaben:

- Integration eines zunehmenden Anteils erneuerbarer Energien und die damit einhergehende Dezentralisierung des Energiesystems
- Vorantreiben der Digitalisierung als Enabler eines dezentralisierten Energiesystems
- Entwickeln von Marktchancen für dezentrale Akteure
- Bewerten des regulatorischen Rahmens und Ableiten von Empfehlungen zur Weiterentwicklung und Anpassung an die neuen Herausforderungen

Eine Zielgruppe unserer Arbeit, der die Dezentralisierung und gleichzeitig gemeinschaftliche Verantwortung widerspiegelt, ist der sogenannte Prosumer:

„Prosumer sind die neuen Akteure der Energiewende. Der seit den 2000er Jahren geläufige Begriff bezeichnet die Menschen, die Strom sowohl verbrauchen als auch produzieren können.

Das klassische Beispiel ist ein Haushalt, der über eine Photovoltaik-Anlage (PV) auf dem Dach seines Hauses Ökostrom erzeugt. Zu sonnenreichen Zeiten wird genug Strom produziert, um den eigenen Bedarf zu decken und einen Überschuss ins Netz einzuspeisen.“

Eine innovative Technologie, die den Ansatz einer dezentralen, gemeinschaftlich getragenen Infrastruktur unterstützt und deren Anwendung wir vorantreiben wollen, ist Blockchain:

„Nach dem ersten Hype setzen sich erste konkrete Anwendungen der Blockchain-Technologie mit Mehrwert für Netzbetreiber, Energieversorger, Prosumer und andere Akteure des Energiemarktes durch. Vorteile der Technologie liegen in der innovativen Art der sicheren, unveränderbaren und transparenten Datenspeicherung sowie Austausch von digitalen Werten ohne Zwischenhändler unter Partizipation von Parteien mit unterschiedlichen Interessen und Zielsetzungen.“

Nicht nur unter dem finanziellen Aspekt, sondern auch inhaltlich sehen wir in diesem Sinne die Gesellschaft als Ganzes letztlich als unseren Kunden.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Unsere Kundenbeziehungen

In der täglichen Arbeit leiten uns die oben beschriebenen Grundsätze, hinzu kommen konkrete prozessuale Absprachen und unternehmerische Leitlinien:

Wir pflegen ein kooperatives Verhältnis zu unseren Kunden. Wir betreuen unsere Kunden persönlich, individuell und kompetent und bieten ihnen Dienstleistungen von hoher Qualität auf der Basis von Vertrauen und Diskretion an. Alle festen Mitarbeitenden betreuen Kunden im Rahmen des täglichen Projektgeschäfts. Zu unserem Qualitätsmanagement gehört, Erfahrungen im Umgang mit Kunden und Partnern einzuholen und die sowohl positiven als auch die negativen Rückmeldungen zu besprechen und daraus zu lernen.

Eine Besonderheit stellen unsere internationalen Projekte dar, da bei ihnen noch stärker als bei regionalen und nationalen Projekten auf Unterschiede in Zielen, Präferenzen, Sprache und Kultur eingegangen werden muss. Diese zu verstehen und in den Lösungen für die Kunden zu berücksichtigen, aber gleichzeitig auch Wertvorstellungen, für die das Unternehmen steht, angemessen einzubringen ist eine große Herausforderung, erlaubt und fördert aber auch immer wieder die Überprüfung eigener Positionen.

Kunden und Partner gewinnen wir durch Präsenz auf branchenspezifischen Veranstaltungen (Besuche von Messen, Fachveranstaltungen und Konferenzen, Vorträge), durch Aufbau und Betreuung von Netzwerken (z. B. Smart Grids Plattform Baden-Württemberg), Einträgen in Datenbanken sowie durch Teilnahme an Ausschreibungen und Förderprogrammen. Wir pflegen Kunden- und Partnerbeziehungen in erster Linie durch persönliche Gespräche, aber auch durch schriftliche Kommunikation. Letztere umfasst etwa auch Weihnachtskarten und -geschenke im gesetzlichen Rahmen. Als Sachgeschenk wird dabei an ausgewählte Personen ein Adventskalender (<https://www.24-gute-taten.de>) versandt, der an jedem Tag einem anderen gemeinnützigen Projekt einen festen Betrag von einem Euro pro Kalender spendet. Im Rahmen des Projekts C/sells finanzieren wir anteilig Veranstaltungen mit Partnern, da dies im Förderrahmen nicht vorgesehen ist. Die Platzierung von Artikeln oder Interviews in Fachzeitschriften dient neben der Verbreitung neu gewonnener Erkenntnisse auch Werbezwecken.



Die Kundengewinnung folgt keinen festgeschriebenen Leitlinien. Wir schließen jedoch einzelne Kunden von weiteren Projekten aus, wenn die bisherige Zusammenarbeit mit diesen nicht unseren eigenen Handlungsleitlinien entspricht, etwa indem rassistische oder imperialistische Bestrebungen befördert werden.

Kunden-Gruppen mit erschwertem Zugang zu Produkten und Dienstleistungen

Bürgerinnen und Bürger sind indirekt unsere Kunden, etwa im Projekt „C/sells“ (siehe Seite V). Das Projekt entwickelt ein intelligentes, dezentrales Energiesystem in den Bundesländern Baden-Württemberg, Bayern und Hessen, welches zellulär, vielfältig und partizipativ angelegt sein soll. Bisher haben Verbraucherinnen und Verbraucher sowie Kleinerzeugerinnen und -Erzeuger (Prosumer) noch wenig Möglichkeit, aktiv am Energiemarkt teilzunehmen oder Verantwortung im Energiesystem zu übernehmen. Im Projekt geht es unter anderem darum, stärkere Teilhabe und Mitgestaltung zu demonstrieren, die Infrastruktur hierfür zu entwickeln und die rechtlichen Rahmenbedingungen in die richtige Richtung zu verändern. Beispiele sind autonom handelnde Energiezellen, lokale Märkte oder Bürgerenergiegemeinschaften. Wir koordinieren dieses Projekt inhaltlich und organisatorisch.

Da unsere direkten Kunden andere Unternehmen oder Institutionen sind, haben wir keine Leitlinien für den Zugang für Menschen mit Behinderung zu unseren Dienstleistungen.

Kennzahlen

Übersicht der Budgets im Marketing, Verkauf, Werbung (in % am Jahresumsatz)	8 % (1)
Art der Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden: fixe und umsatzabhängige Bestandteile	100 % Fixlohn
Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens:	Ja (2)
Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kunden-Gruppen gekauft wird	32 % (3)

Anmerkungen zu den Kennzahlen:

- (1) Darunter fassen wir folgende Maßnahmen zusammen: Teilnahmen an Messeauftritten, Versand von Weihnachtskarten, Pflege der Homepage, Angebotserstellung
- (2) Wir setzen uns jedes Jahr in einem Strategiegespräch gemeinsam Ziele für den Jahresumsatz.
- (3) Siehe Abschnitt „Kunden-Gruppen mit erschwertem Zugang zu Produkten und Dienstleistungen: Die Zahl beruht auf einer groben Einschätzung: Der Anteil der Arbeit für benachteiligte Gruppen macht ca. 50 % an der Arbeit für das Projekt C/sells ausmacht, da das Thema neben der Projektorganisation inhaltlich in allen Bereichen eine Rolle spielt. C/sells machte 2019 ca. 64 % unseres Umsatzes aus.

Bewertungsstufen

Stufe: Fortgeschritten

Konkrete Ethikleitlinien für die Kundengewinnung und -pflege sind vorhanden. Lösungen für benachteiligte Kundengruppen werden im Rahmen von Projekten zielgerichtet umgesetzt.

Kundenbeziehungen auf Augenhöhe sind Prämisse für gute Kooperationen.

Kontaktpunkte zu Kunden hinsichtlich Erfüllung der Kundenbedürfnisse und Gestaltung auf Augenhöhe werden regelmäßig überprüft und verbessert.

Barrierefreiheit ist zum Teil im Unternehmen umgesetzt.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Forschungsprojekte: Dezentralen Energiegemeinschaften wird im „Clean Energy for all Europeans“-Paket der EU von 2019 ein größeres Gewicht eingeräumt. Auf nationaler Ebene bedarf es weiterer Forschungs- und Demonstrationsprojekte, um positive Beispiele in die Fläche zu bringen. Dieses Handlungsfeld sehen wir als einen Schwerpunkt unserer künftigen Arbeit.

Werbung: Für die Zukunft kann es sich lohnen, Werbung für unsere Tätigkeiten in Fachkreisen zu verstärken. Dabei ist es uns wichtig, dies inhaltlich fundiert zu tun und einen Beitrag zur Diskussion gesellschaftlich relevanter Themen zu leisten, z.B. durch Artikel in Fachzeitschriften oder Social Media Beiträge, z.B. via Twitter.

D1.1 - UNETHISCHE WERBEMAßNAHMEN

Wir bestätigen, dass keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt werden.

D1 - Ethische Kundenbeziehung	
erreichte Punktezahl D1	5
erreichte Punktezahl D1.1	-0

D2 - KOOPERATION UND SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern basiert auf einer wertschätzenden Grundhaltung sowie einem Verhalten auf Augenhöhe gegenüber anderen Unternehmen. Wettbewerb wird als sportliche Herausforderung in transparenter, respektvoller Weise und nicht als feindliche Verdrängung betrachtet und gelebt.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Für uns ist die Kooperation mit anderen Unternehmen oder Organisationen wesentlich, weil wir nur so an der komplexen Aufgabe der Energiewende erfolgreich arbeiten können. Zusammenarbeit ist zum einen interdisziplinär notwendig, zum anderen entlang der Wertschöpfungskette der Energiewirtschaft.



Wie wird das Thema aktuell gelebt

Die Energiewende umfasst Fragestellungen vieler unterschiedlicher Disziplinen. Entsprechend ist Interdisziplinarität zentral für erfolgreiche Projekte in diesem Bereich. Deshalb suchen wir in allen Projekten bereits in der Angebotserstellung die Kooperation mit weiteren Unternehmen und Partnern. Ebenso werden wir von anderen Unternehmen zwecks gemeinsamer Angebotserstellung angesprochen.



Die kooperative, partizipative Entwicklung von Lösungen steht besonders bei den geförderten Verbundprojekten im Vordergrund. In C/sells arbeiten wir mit Forschungseinrichtungen, gemeinnützigen Vereinen, Industrieunternehmen sowie Unternehmen in öffentlicher Trägerschaft zusammen. Unser eigenes Wissen zur Energiewende geben wir im Sinne des Open Source-Gedankens an Partnerunternehmen weiter.

Die Ziele setzen sich im Verbundprojekt zusammen aus gemeinsam definierten Zielen im Rahmen des Förderprogramms und individuellen Zielen jedes Partners. Als Koordinator des Projekts haben wir die Aufgabe, ein ausgewogenes Verhältnis zwischen diesen Zielbereichen herzustellen und die Zusammenarbeit durch Moderation auf die gemeinsamen Ziele auszurichten. Auch im vorhergehenden Projekt Callia stand die Zusammenarbeit im Vordergrund. Ein Anliegen ist es uns bereits in der Anbahnung von Forschungs- und Entwicklungsprojekten, kleinere Unternehmen und Start-ups einzubeziehen und ihnen dadurch zusätzliche Entwicklungschancen und ein Sprachrohr zu ermöglichen.

Die Teilnahme an Ausschreibungen erfolgt häufig in Zusammenarbeit mit anderen beratenden Unternehmen, wenn es das fachliche Spektrum erfordert.

Kennzahlen

<p>Wie hoch ist der investierte Zeit- / Ressourcenaufwand für Produkte und Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens?</p> <p>Dabei handelt es sich vorwiegend um Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe haben.</p>	<p>75%</p>
---	------------



In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen?

Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards	0
Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (responsible Lobbying)	1 (1)
Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards	1 (2)

Anmerkungen zu den Kennzahlen:

- 1) Innerhalb des Projekts C/sells erarbeiten wir mit über 50 Partnern der Energiebranche Empfehlungen an die Politik zur Verbesserung des regulatorischen Rahmens für ein zelluläres Energiesystem. Der Dialog mit der Politik erfolgt in einem eigens dafür konzipierten Format, einem jährlichen Ministerdialog. 2019 fand dieser im Bayerischen Wirtschaftsministerium statt.
- 2) Ebenfalls ein fachübergreifendes Ziel in C/sells ist es, Branchenstandards für das leichtere und erweiterte Zusammenwirken von Geräten und Anlagen unabhängig vom Hersteller (Interoperabilität) zu erarbeiten. Wir unterstützen unsere Partner bei der Erarbeitung von Positionen, die sie in Fach- und Standardisierungsgremien hineinbringen. Das 2019 gestartete Buchprojekt zu C/sells bringt die erarbeiteten Ergebnisse und Positionen der Öffentlichkeit nahe.

Bewertungsstufen

Stufe: Erfahren

Erste Kooperationen mit Mitunternehmen der gleichen Branche, Mitarbeit zur Erhöhung der Branchenstandards. Enge interdisziplinäre Kooperation mit Partnerunternehmen ist essenziell für den Erfolg der von uns geleiteten Verbundprojekte.

Die Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen, Finanzmitteln und/oder Technologie war bisher wenig relevant. Allerdings besteht ein enger Austausch mit unserem Partnerunternehmen OLI Systems. Während wir Projektentwicklungsknowhow beitragen, profitieren wir vom innovativen Wissen der OLI Systems bei lokalen Energiemärkten und Blockchaintechnologie.

Prägend für unsere Projekte ist, dass wir Angebote, wo es möglich und sinnvoll ist, in Kooperation erstellen.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Keine spezifischen Verbesserungen vorgesehen.

D2.1 - MISSBRAUCH DER MARKTMACHT GEGENÜBER MITUNTERNEHMEN

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

D2 - Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	
erreichte Punktezahl D2	6
erreichte Punktezahl D2.1	-0

D3 - ÖKOLOGISCHE AUSWIRKUNGEN DURCH NUTZUNG UND ENTSORGUNG VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN

Durch Nutzung und Recycling sowie durch die endgültige Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen entstehen oft negative ökologische Auswirkungen. Um diese Auswirkungen auf ein Minimum zu reduzieren, sollten Produkte und Dienstleistungen so gestaltet sein, dass sie sich möglichst weit in natürliche Kreisläufe einfügen (Konsistenz) und ein möglichst gutes Verhältnis von Nutzen- bzw. Bedürfnisbefriedigung zu negativen ökologischen Auswirkungen haben (Effizienz). Darüber hinaus ist vor allem ein maßvoller Konsum notwendig, um gesamtgesellschaftlich gesehen, die ökologischen Auswirkungen zu reduzieren (Suffizienz).

Haltung des Unternehmens zum Thema

Wir bringen mit unseren Projekten die Digitalisierung des Energiesystems voran. Unser Hauptprojekt C/sells hat genau dies zum Inhalt. Ziel ist es, mehr Erneuerbare Energien ins System zu integrieren und damit den Klimaschutz zu fördern. Außerdem ermöglicht die Dezentralisierung durch die Erneuerbaren Energien zusammen mit der Digitalisierung des Energiesystems, dass mehr Menschen das System aktiv gestalten und von der Teilnahme profitieren können. Wir unterstützen Partizipation im Sinne aktiver Mitgestaltung durch Bürgerinnen und Bürger, durch kleine Gewerbebetriebe oder landwirtschaftliche Betriebe. Hier liegt inhaltlich der Schwerpunkt unserer Arbeit.

Wenn wir mit unserer Arbeit erfolgreich sind, erreichen wir ökologische Verbesserungen gegenüber dem herkömmlichen Energiesystem. Es wird sowohl Konsistenz als auch Effizienz gefördert. Eine wesentliche Frage betrifft die Suffizienz: Eine weitreichende Digitalisierung erzeugt neue Wachstums- und Reboundeffekte. Dies haben wir bisher wenig thematisiert.

Weitere Dienstleistungen wie Skizzenbewertungen in Förderprogrammen oder Machbarkeitsstudien im Bereich Erneuerbare Energien zielen darauf ab, die jeweils nachhaltigsten Lösungen zu finden.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Über die variablen ökologischen Auswirkungen unserer Dienstleistungen, im Wesentlichen durch Dienstreisen und Veranstaltungen mit Partnern, berichten wir in E3.

Gegenüber unseren Kunden kommunizieren wir bisher die spezifischen Umweltauswirkungen eines Projekts oder Auftrags nur punktuell. Etwa haben wir 2019 begonnen, den ökologischen Fußabdruck von größeren Partnertreffen in C/sells den Teilnehmenden darzustellen.

Bewertungsstufen

Stufe: Fortgeschritten

Das Unternehmen verfügt über Daten zu ökologischen Auswirkungen. Es gibt eine Strategie und erkennbare Maßnahmen in Bezug auf das gesamte Portfolio. Zu Dienstleistungen werden den Kunden zielgerichtet Informationen zu ökologischen Auswirkungen zur Verfügung gestellt, Bewusstseinsbildung im Sinne maßvoller Nutzung wird gefördert.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Die Auseinandersetzung mit den ökologischen Auswirkungen durch unsere Dienstleistungen bzw. durch die Zusammenarbeit mit unseren Kunden und Partnern ist eine wesentliche Fragestellung für unsere künftige Gemeinwohlbilanz.



Die spezifischen Fragen, die sich für uns daraus ableiten, sind:

- Was sind die direkten ökologischen Auswirkungen der Digitalisierung des Energiesystems?
- Was bedeutet Suffizienz bei der Digitalisierung?
- Smart Meter sorgen für die notwendige Transparenz im Stromnetz und ermöglichen die Partizipation dezentraler Akteurinnen und Akteure. Sind z.B. Mehrwertdienste notwendig, um die Digitalisierung in die Fläche zu bringen oder werden dadurch nur neue Bedürfnisse geweckt?
- Welche Wirkungen stehen in unseren Projekten im Vordergrund? Wie wollen wir mit den negativen Wirkungen umgehen und darüber kommunizieren?
- Was können wir tun, dass digitale Technik maßvoll eingesetzt wird?

Durch eine interne Auseinandersetzung mit diesen Fragen wollen wir eine Position erarbeiten und mit unseren Kunden in Dialog treten.

Ein weiteres Handlungsfeld umfasst die Kommunikation von ökologischen Auswirkungen unserer Dienstleistungen bezogen auf einzelne Projekte oder Aufträge im Sinne der Transparenz für den Kunden.

D3.1 - BEWUSSTE INKAUFNAHME UNVERHÄLTNISSMÄßIGER ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

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

D3 – Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	
erreichte Punktezahl D3	3
erreichte Punktezahl D3.1	-0

D4 - KUNDEN-MITWIRKUNG UND PRODUKTTRANSPARENZ

Die Mitwirkung von Kunden kann Hinweise auf öko-soziale und nachhaltige Produktverbesserungen, Produkt- und Service-Innovationen sowie die künftige Entwicklung des Absatzmarktes geben. Kunden können ihre Erfahrungen dem Unternehmen direkt mitteilen oder untereinander teilen, wodurch der Einfluss der Kunden steigt. Transparente Informationen über die Inhaltsstoffe und Preisbestandteile machen die (Höher-) Wertigkeit deutlich und ermöglichen fundierte Kaufentscheidungen der Konsumentinnen und Konsumenten und die Meinungsbildung der interessierten Öffentlichkeit.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Wir pflegen ein kooperatives Verhältnis zu unseren Kunden. Unser Ziel ist, den Kunden oder einer weiter gefassten Zielgruppe fundierte Lösungen anzubieten. Die kooperative, partizipative Entwicklung von Lösungen steht insbesondere bei Verbundprojekten im Vordergrund (siehe D1). Wir engagieren uns mit Fachkompetenz und einer hohen intrinsischen Motivation für die Lösung. Als Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler ist es für uns selbstverständlich, Methoden, Hintergründe und Quellen unserer Entwicklungen offenzulegen, je nach Auftragsverhältnis für den jeweiligen Kunden, die Wissenschaft oder für die Öffentlichkeit.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Bei Auftragsleistungen schneiden wir unser Angebot selbstverständlich auf die Bedürfnisse des Kunden zu. Bei Förderanträgen für Verbundprojekte oder gemeinsamen Leistungsangeboten ist es selbstverständlich, dass wir uns über Leistungsumfang und -inhalte sowie Kostenkalkulationen mit dem jeweiligen Partner und, soweit die Vergaberegeln dies erlauben, mit dem Fördergeber abstimmen. Aufträge, die über Ausschreibungen zustande gekommen sind, machten 2019 ca. 20 % des Umsatzes aus.

Kunden bei der selbständigen und effizienten Lösung ihrer Aufgabe zu unterstützen ist für uns zentral. Je weniger unsere gegenwärtigen Kunden uns zukünftig benötigen, umso mehr können wir neue Kunden bei der Lösung von Zukunftsaufgaben oder bestehenden Kunden bei neuen Herausforderungen unterstützen.

Unsere Erfahrung im Projekt C/sells zeigt, dass es sich lohnt, auch während eines Projekts immer wieder in den Dialog mit den Partnern über die Projektorganisation zu treten. Wichtige Fragestellungen dabei sind der Abgleich von Zielvorstellungen, Bedarfe und Wünsche an die Projektleitung sowie Chancen und Risiken der Zusammenarbeit. Neben unserer eigenen internen Evaluation fand darüber hinaus eine vom Fördergeber beauftragte externe Evaluation des Projekts statt. Ergebnisse daraus flossen in die Weiterentwicklung des Projektmanagements ein.

Zur Transparenz für Kunden gehört die Preisgestaltung für unsere Dienstleistungen. Hier verfolgen wir je nach Auftragsverhältnis zwei Wege: Wenn es für den Kunden und mögliche Angebotsvergleiche wichtig ist, gestalten wir Preise in Leistungsangeboten transparent aus. Wenn eher die Zielerreichung im Vordergrund steht, weisen wir nicht Einzelleistungen im Detail aus, sondern bieten eine Lösung im Paket an. In der Öffentlichkeit werden Preise nicht vorgestellt.

Während oder nach Ablauf von Projekten und Aufträgen holen wir in der Regel Feedback von Kunden und Partnern ein, um die Qualität unserer Dienstleistung zu bewerten und uns künftig zu verbessern.

Auf die sozial-ökologischen Verbesserungen bezieht sich Kennzahl 1.

Kennzahlen

Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kunden entstanden sind.	35 (1)
Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen.	0% (2)
Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen	0%

Anmerkungen zu den Kennzahlen:

- (1) Wirkung unserer Projekte: In 35 Demonstratoren in C/sells sind 2019 Innovationen ausgearbeitet worden, nach 2020 gehen sie in den Realbetrieb. Unser Anteil daran ist die Initiierung und Koordination.
- (2) In Bezug auf die Wirkung unserer Projekte könnte es hier darum gehen, die konkrete Reduktion von CO₂-Emissionen auszuweisen. Das lässt sich bezogen auf die Demonstratoren nicht sinnvoll abschätzen. Im Projekt werden jedoch Modellierungen über die Wirkungen des zellulären Energiesystems in der Zukunft durchgeführt. Diese liefern Anhaltspunkte zur Treibhausgasreduktion. Ergebnisse liegen 2020 vor.

Bewertungsstufen

Stufe: *Erfahren*

Eine institutionalisierte, offene und transparente Form der Kundenmitwirkung ist realisiert. Konstruktives Feedback wird größtenteils umgesetzt. Kunden werden über Risiken der Dienstleistungen umfänglich informiert.

Im Projekt C/sells gibt es institutionalisierte Dialog- und Mitentscheidungsformen. Es erfolgt eine gemeinsame Entwicklung von nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Um die Wirkung unserer Projekte besser bewerten zu können, sollten wir geeignete Methoden identifizieren, um etwa die spezifische Reduktion von Treibhausgasen abschätzen zu können.

Auch sehen wir weiterhin großes Potenzial in der methodisch unterstützten partizipativen Organisation von Projekten.

Für das Einholen von Feedback lässt sich ein modularer Fragebogen entwickeln, der neben Qualitätsmerkmalen auch ökologische und soziale Auswirkungen berücksichtigt.

D4.1 - KEIN AUSWEIS VON GEFAHRENSTOFFEN

Wir bestätigen, dass die Produkte keine Schadstoffe enthalten, die Kunden und Umwelt belasten und dass auch keine schädlichen Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte entstehen.

D4 - Kunden-Mitwirkung und Produkttransparenz	
erreichte Punktezahl D4	5
erreichte Punktezahl D4.1	-0

E - GESELLSCHAFTLICHES UMFELD

E1 - SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Sinn und Zweck eines Gemeinwohl-Unternehmens ist es, ausschließlich Produkte und Dienstleistungen zu erzeugen bzw. anzubieten, die einen aktiven Beitrag zum Gemeinwohl leisten. Das bedeutet, dass diese Produkte und Dienstleistungen für ein physisch und psychisch gesundes sowie einfaches (suffizientes) Leben nötig sind, sozial verträglich und ökologisch so schonend wie möglich erzeugt werden. Darüber hinaus bieten Gemeinwohl-Unternehmen Lösungen für die größten Herausforderungen der Menschheit, z.B. Armutsbekämpfung, hochwertige Ernährung für alle Menschen, Bildung, Gesundheit und die Lösung sozialer Missstände.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Unsere Dienstleistungen haben inhaltlich einen direkten Bezug zu den 17 Entwicklungszielen der Vereinten Nationen. Nachfolgend sind die für uns relevantesten UN-Entwicklungsziele aufgelistet und was sie für uns bedeuten.



Ziel 7 Erneuerbare Energie: Ziel unserer Arbeit ist die Förderung der Energiewende in Deutschland und international. Wir unterstützen unsere Kunden dabei, den Anteil der Erneuerbaren Energien im Energiesystem zu erhöhen sowie die Erneuerbaren besser zu integrieren. Handlungsleitend ist dabei das energiewirtschaftliche Zieldreieck der Bundesregierung: Angestrebt wird eine umweltverträgliche, bezahlbare und sichere Energieversorgung für alle. Gleichzeitig analysieren wir die gegebenen politischen Rahmenbedingungen im Hinblick auf notwendige Veränderungen für mehr Erneuerbare Energien.

Ziel 13 Maßnahmen zum Klimaschutz: Ziel der unter Ziel 7 beschriebenen Aktivitäten zur Energiewende ist der Klimaschutz. Wir wollen dazu beitragen die Treibhausgasemissionen in Deutschland, Europa und international zu senken. Mit C/sells leiten wir ein Projekt, dessen Ergebnisse Auswirkungen auf das Energiesystem in Deutschland haben werden. Mit Projektbewertungen im Rahmen der Internationalen Klimaschutzinitiative beraten wir das Bundesumweltministerium, um international die Effektivität von Fördermaßnahmen des Bundes zu erhöhen. Auch alle weiteren Aktivitäten tragen zu diesem Ziel bei.

Ziel 9 Innovation und Infrastruktur: Wir sind in Forschungs- und Entwicklungsprojekten zur Energiewende aktiv, darüber hinaus begutachten wir Projektskizzen für Forschungs- und Entwicklungsprojekte (FuE). Ziel dieser Projekte ist es Innovationen zu entwickeln und umzusetzen. Ein erheblicher Teil der FuE-Arbeit bezieht sich auf die Weiterentwicklung der öffentlichen Energieinfrastruktur. Es gibt Schnittmengen zum Mobilitäts- und Wärmesektor und deren Infrastruktur. Wir beraten zu Themen mit hohem Innovationsgeschehen, wie der Digitalisierung im Energiesektor.

Ziel 11 Nachhaltige Städte und Gemeinden: Mehrere Demonstrationsprojekte in C/sells sind eingebettet in kommunale Klimaschutzstrategien und Smart-City-Konzepte, die Lebensqualität und Nachhaltigkeit in Quartieren und Städten verbessern wollen. Eine wichtige Zielgruppe unserer Arbeit sind Stadtwerke oder kommunale Unternehmen, die nachhaltige Lösungen für die zukünftige Energieversorgung anstreben.

Ziel 17 Partnerschaften, um die Ziele zu erreichen: Ein wesentlicher Aspekt im Projekt C/sells ist die Partizipation von Bürgerinnen und Bürgern, von Gewerbebetrieben und Haushalten an der Energiewende. Partizipation wird in diesem Kontext weniger als politische Teilhabe an Entscheidungsprozessen gesehen, sondern vielmehr als aktive Gestaltung durch das Ergreifen von Chancen in neuen Energiemärkten. Unser Anliegen ist es, solche Chancen zu entwickeln.

Von den neun Grundbedürfnissen nach Manfred Max-Neef stehen folgende im Vordergrund:

Grundbedürfnis 1: Lebensgrundlage, z.B. Nahrung, Wohnen, Arbeiten

Die Energieversorgung gehört zu den kritischen Infrastrukturen und sichert einen wesentlichen Teil der Grundversorgung der Bevölkerung. Diese nachhaltig zu gestalten, ist Ziel unserer Arbeit.

Grundbedürfnis 5: Mitwirkung, z.B. Rechte, Verantwortung, Arbeit

Im Sinne der oben beschriebenen Partizipation setzen wir uns für ein Energiesystem ein, das dezentral und zellulär von vielen Akteuren gestaltet wird, nicht von wenigen großen Konzernen. Durch die im Projekt entwickelten Instrumente und Geschäftsmodelle ermöglichen wir eine breitere Teilhabe und Mitgestaltung an der Energiewende.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Die qualitative Ausrichtung unserer Arbeit an Nachhaltigkeitszielen und Grundbedürfnissen der Menschen lässt sich klar benennen. Dennoch ist der Beitrag nicht immer direkt und ausschließlich im Sinne eines Ziels.

Die Projektleitung von C/sells als großem Verbundprojekt unterstützt Innovationen durch zahlreiche Partner, die die Energieinfrastruktur in Deutschland verändern und letztlich die Einsparung von CO₂-Emissionen bewirken sollen. Dabei werden Entwicklungsbereiche berührt, die eher neue Bedürfnisse wecken, als grundlegende zu befriedigen, z.B. Smart-Home-Anwendungen. Hier ist die Suffizienz umstritten. Wir sehen in der Vielfalt der Anwendungen eine große Chance, das dezentrale, partizipative Energiesystem voranzutreiben und unterstützen deshalb auch solche Entwicklungen. Sie stehen jedoch nicht im Vordergrund.

Die Bewertung von Projektskizzen dient nicht selbst der Entwicklung von Menschen oder der Erde. Unser Bestreben ist es aber, Entscheidungsgrundlagen zu schaffen, dass jene Projekte mit der größten Nachhaltigkeitswirkung umgesetzt werden können.

Abstriche beim Anteil des Nutzens in den Kennzahlen spiegeln die indirekten Wirkungen wider sowie die fraglichen Aspekte bezüglich der Suffizienz.

Kennzahlen

Anteil unserer Dienstleistungen, die...

...Bedürfnisse erfüllen:

decken Grundbedürfnisse	50 %
dienen als Statussymbol/Luxus	10 %



...der Entwicklung dienen:

der Menschen	30 %
der Erde/Biosphäre	50 %
lösen gesellschaftliche/ökologische Probleme laut UN-Entwicklungszielen	28 %

Nutzen der Dienstleistungen:

Mehrfachnutzen/einfacher Nutzen	55 %
Hemmender/Pseudo-Nutzen	10 %
Negativnutzen	0 %

Bewertungsstufen

Stufe: Erfahren

Großteil der Produkte/Dienstleistungen dient darüber hinaus der Entwicklung der Gemeinschaft. Das Wissen und die Einstellung der Menschen (auch der Nicht-Kunden) ändern sich durch Aktivitäten des Unternehmens, es entsteht Problembewusstsein für gesellschaftliche Herausforderungen, hier z.B. energiebewusstes Verhalten im Haushalt.

Diese Stufe erreichen wir durch gezielten Wissenstransfer zum zellulären, intelligenten Energiesystem über Multiplikatoren in die Gesellschaft.

Der Aspekt der Biodiversität wird nicht direkt berührt.

Stufe: Vorbildlich

Ein Großteil der Produkte/Dienstleistungen löst wesentliche gesellschaftliche Probleme laut UN-Entwicklungszielen. Das Unternehmen hat innovative, visionäre Lösungen für die größten Herausforderungen der Menschheit umgesetzt.

Diese Stufe trifft aufgrund der starken Innovationsorientierung unserer Kernaktivitäten und deren Orientierung an Klimaschutzzielen zumindest teilweise zu.

Beispiele:

- Das Projekt C/sells ist am 1,5°C-Ziel des Pariser Klimaschutzabkommens ausgerichtet.
- Die zelluläre Organisation des Energiesystems mittels intelligenter Infrastruktur ist ein innovatives Konzept.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Kommunikation: Es lohnt sich, unsere Stakeholder stärker über den Beitrag unserer Projekte zu den UN-Entwicklungszielen zu informieren. Dabei sollten wir die Wirkungen unserer



Dienstleistungen verfolgen, insbesondere die Wirkkette bezüglich CO₂-Einsparungen abschätzen und offenlegen (siehe auch D3).

Das C/sells-Netzwerk wollen wir über das Projektende hinaus pflegen, dabei neue Ideen einbringen, Forschungsbedarfe formulieren und Akteure vernetzen. Die Nachverfolgung der Demonstrationsprojekte ist ein mögliches Thema.

E1.1 - MENSCHENUNWÜRDIGE PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

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

E1 - Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	
erreichte Punktezahl E1	Pkt. 7
erreichte Punktezahl E1.1	Pkt. -0

E2 - BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

Jedes Unternehmen bzw. jede Organisation agiert in einem gesellschaftlichen Umfeld und innerhalb einer sozialen Gemeinschaft. Das Gemeinwesen (bestehend aus staatlichen und zivilgesellschaftlichen Einrichtungen) stellt wichtige Grundlagen für unternehmerisches Handeln zur Verfügung. Umgekehrt erwartet die Gesellschaft auch einen angemessenen Beitrag aller zur Erhaltung und Weiterentwicklung dieser Strukturen. Neben den gesetzlich vorgeschriebenen Steuern und Abgaben gibt es eine breite Palette materieller oder immaterieller Leistungen, die Organisationen erbringen und damit das Gemeinwesen entweder fördern oder auch schädigen.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Unsere Möglichkeiten zum Gemeinwesen über das gesetzliche Maß hinaus beizutragen, sehen wir vor allem im Wissenstransfer, z.B. in Form von Vorträgen oder Veröffentlichungen in praxisnahen Medien.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Wir sind selbst als Forschungspartner im Förderprojekt C/sells aktiv. Unsere Forschungsleistungen werden zu 50 % vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie gefördert.

Ein nutzenstiftender Beitrag ohne direkte Vergütung ist die Zusammenarbeit mit Hochschulen und Universitäten. Wir bieten Bachelor- und Masterarbeiten an und betreuen diese im Rahmen unserer Projektarbeit. Ergebnisse fließen in die weitere wissenschaftliche Arbeit ein.

Im Rahmen von C/sells haben wir 2019 ein Projekt zur Veröffentlichung eines Ergebnisbuches gestartet. Die Leistungen dazu werden nur teilweise über das Projektbudget finanziert. Ein großer Teil ist Eigenleistung im Sinne des Wissenstransfers in die Gesellschaft. Das Buch wird 2020 veröffentlicht.

Freiwillige finanzielle Leistungen zum Gemeinwesen spielen bisher eine untergeordnete Rolle, da unsere Umsätze als kleines Unternehmen gering sind.

Zu nennen sind folgende Beiträge:

Wir fördern die Verbreitung freien Wissens über Wikipedia als Mitglied bei der Wikimedia Deutschland e.V.

In den ersten Geschäftsjahren wurde in der Weihnachtszeit eine Spende an gemeinnützige Projekte geleistet, 2019 jedoch nicht.

Wir versuchen immer wieder, junge Menschen, Schüler – häufig aus unserem persönlichen Umfeld – für die Thematik der Nachhaltigkeit zu begeistern, indem wir sie mit bezahlten Tätigkeiten in unsere Arbeiten einbinden. Wir führen sie dadurch an gewerbliche Arbeit heran und bilden sie in Fertigkeiten aus.

Transparenter Einsatz von Steuergeld

Dr. Ole Langniß ist stellvertretender Gesamtprojektleiter des Förderprogramms C/sells. Die Projektleitung wird im Auftragsverhältnis durch die EnergieNetz Mitte GmbH abgewickelt. Umfangreiche Berichtspflichten in diesem wie auch in weiteren öffentlichen geförderten Projekten führen zu einer hohen Transparenz bezüglich der Verwendung der Einnahmen.



Lobbying

Im Rahmen des Förderprogramms C/sells pflegen wir enge Kontakte in das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, ebenso zu den Energieministerien der Bundesländer Baden-Württemberg, Bayern und Hessen. Ziel ist es, Anliegen der Energiewirtschaft vorzubringen und auf entsprechende Gesetzgebungsverfahren einzuwirken. Dies geschieht in einem gezielt öffentlichen Dialog, etwas durch Konsultation der Öffentlichkeit bei der Erarbeitung von Positionen und im Rahmen von öffentlichen Veranstaltungen.

Ole Langniß ist Gründungsmitglied der Smart Grids Plattform Baden-Württemberg e.V. Dort hat er an der Smart-Grids Roadmap Baden-Württemberg leitend mitgewirkt.

Ole Langniß ist Sprecher der Arbeitsgruppe Energie im Bundesverband Blockchain e.V. In dieser Funktion kommentiert er Gesetzesentwürfe und wurde von der Bundesnetzagentur eingeladen.

Als Gründungsmitglied der Landesgruppe Baden-Württemberg des Bundesverband Blockchain e.V. hat Ole Langniß an der Blockchainstrategie Baden-Württemberg mitgearbeitet und sie verbreitet.

Kennzahlen

Umsatz in 2019: 276.000 EUR

Nettoabgabenquote, darin sollen folgende Beiträge eingerechnet werden:

effektiv bezahlte Ertragsteuern (Einkommenssteuer, Körperschaftssteuer)	35.000 EUR
lohnsummenabhängige Steuern und Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitgeber.	23.000 EUR
Summe der Lohnsteuer und SV-Beiträge der unselbstständig Beschäftigten	36.000 EUR
abzüglich aller unternehmensbezogener Subventionen und Förderungen	0

Da Ole Langniß gemeinsam mit seiner Ehefrau veranlagt wird und darüber hinaus noch weitere Einkunftsarten außer den Gewinnen des Unternehmens hat, kann die Besteuerung auf seine Einkünfte nicht eindeutig ermittelt werden. Ole Langniß war freiwillig in der gesetzlichen Kranken- und Pflegeversicherung versichert und hat dort Beiträge in Höhe von 10.000 € abgeführt.

Im Jahr 2019 betrug der Gewinn 56.000 €. Damit wurde ca. das Doppelte an Abgaben an das Gemeinwesen abgeführt als als Gewinn ausgewiesen.

Bewertungsstufen

Stufe: Erste Schritte

Das Unternehmen ist sich seiner Beiträge zum Gemeinwesen bewusst und legt diese offen. Es erfolgen geringfügige, punktuelle freiwillige Leistungen ohne Wirkungsüberprüfung.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Beiträge in Fachzeitschriften zu gemeinwohl-orientierten Themen sind geplant. Beispiele sind die zelluläre Organisation des Energiesystems oder partizipatives Projektmanagement.

Um mit unserem Wissen zur Energiewende Nutzen zu stiften, können wir Vorträge z. B. an Schulen in Stuttgart oder in den Gemeinden unserer Mitarbeitenden halten.

E2.1 - ILLEGITIME STEUERVERMEIDUNG

Wir bestätigen, dass das Unternehmen keinerlei Praktiken betreibt, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entziehen.

E2.2 - MANGELNDE KORRUPTIONSPRÄVENTION

Wir bestätigen, dass das Unternehmen selbst keine korruptionsfördernden Praktiken betreibt und dass sämtliche Lobbying-Aktivitäten offengelegt wurden.

E2 - Beitrag zum Gemeinwesen	
erreichte Punktezahl E2	6
erreichte Punktezahl E2.1	-0
erreichte Punktezahl E2.2	-0

E3 - REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

Unternehmen können durch Veränderung ihrer internen Produktions-, Verarbeitungs- und Arbeitsprozesse und der damit verbundenen Reduktionen der ökologischen Auswirkungen einen wesentlichen Beitrag leisten, um der Überschreitung planetarer Grenzen entgegen zu wirken. Im Lebensweg stehen hier die internen Abläufe zwischen der Übernahme der Vorprodukte von den Lieferanten und der Übergabe der Produkte an die Kunden im Fokus. Ebenso kann das Produktdesign zur Reduktion dieser Auswirkungen beitragen.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Wir wollen nicht nur unsere Kunden bei der Gestaltung der Energiewende unterstützen, sondern arbeiten auch selbst daran, unsere Umweltperformance stetig zu verbessern. Da all unsere Mitarbeitenden aus der Umwelt-/Energiebranche kommen, wissen wir, wie wichtig der schonende Umgang mit nicht-erneuerbaren Ressourcen ist. Umweltschutz steht für uns an erster Stelle.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Mobilität

Geschäftsreisen werden überwiegend mit der Bahn und anderen öffentlichen Verkehrsmitteln erledigt. Alle Mitarbeitenden nutzen eine Bahncard, dadurch sind Bahnreisen rechnerisch CO₂-neutral. Gängige Praxis sind Video- und Telefonkonferenzen mit Kunden und Partnern. Dadurch werden Reisen auf das erforderliche Maß reduziert. Die tägliche Anfahrt aller Mitarbeitenden erfolgt ebenfalls mit dem öffentlichen Nahverkehr oder dem Fahrrad.

Energie

Es wird klimaneutraler Strom aus ausschließlich erneuerbaren Energien in Deutschland bezogen. Durch die Installation von LED-Lampen haben wir die CO₂-Emissionen durch Beleuchtung um zwei Drittel, also um 1.114 kg pro Jahr gesenkt (bezieht sich auf die bis Mai 2019 genutzten Räume in der Johannesstr. 119). Stromsparende Elektrogeräte, wie zum Beispiel Drucker, Laptops und smarte Heizungsthermostate helfen uns, den Energieverbrauch weiter zu reduzieren und effizienter zu heizen.

Rohstoffe

Ein großer Teil unserer Verwaltung erfolgt papierlos. Dort, wo Papier nötig ist, nutzen wir ausschließlich recyceltes Umweltpapier. Pro 500 Blatt Papier ergibt sich eine Ersparnis von 7,5 kg Holz, 19,3 kWh Energie, 107,8 l Wasser und 16,6 kg CO₂ gegenüber herkömmlichem Papier (laut Hersteller). Wir tätigen Einkäufe, wenn möglich, bei lokalen Anbietern und wählen dabei die ökologische Produktvariante. Bei Druckerpatronen und Kartuschen nutzen wir die Angebote zur Wiederbefüllung.

Die Druckertreiber aller Rechner sind standardmäßig auf doppelseitigen Druck schwarz eingestellt.

Es werden ausschließlich wiederaufladbare Akkus für Computermäuse, Tastaturen und andere Geräte verwendet.

Einseitig bedrucktes Papier wird als Schmierpapier zur Verfügung gestellt.

Im Mai 2019 haben wir neue Räume in der Silberburgstr. 112 in Stuttgart bezogen. Das gewerbliche Lokal teilen wir uns seitdem mit dem Schwesterunternehmen OLI Systems. So



können wir die Büroinfrastruktur gemeinsam nutzen und sparen dadurch Flächenressourcen, Energie und Kosten.

Auf Messen waren wir bisher auf Gemeinschaftsständen aktiv, nicht zuletzt um Ressourcen zu sparen.

Im Sinne einer Negativwirkung ist hier zu nennen, dass die Räume 2019 mit einer Klimaanlage ausgestattet wurden. Dies wurde nötig, um bei hoher Auslastung der Räume im heißen Sommerklima angemessene Arbeitsbedingungen herzustellen. Die Anlage wird mit Bedacht eingesetzt.

Ernährung

Wir beziehen wöchentlich Obst, das aus biologischem und vorwiegend regionalem Anbau stammt, dies auch im Sinne einer gesunden Ernährung für unsere Mitarbeitenden (siehe C1).

Abfall

Wir achten auf die Vermeidung von Verpackungen durch lokale Einkäufe oder den Verzehr von Leitungswasser. Ordnungsgemäße Mülltrennung ist selbstverständlich.

Kennzahlen

Relevante Umweltkonten:

Umweltkonto	gemessen in
Transporte (und dessen CO ₂ Äquivalent)	(s.o.) im Fernverkehr CO ₂ -neutral
Stromverbrauch (und dessen CO ₂ Äquivalent)	(s.o.) Bezug von 100 % Ökostrom
Heizenergie (und dessen CO ₂ Äquivalent)*	2.793 kWh/MA entspricht 7.674 kg CO ₂
Verbrauch von Trink- und Regenwasser*	6 m ³ /MA

MA = Mitarbeiter*in

*Die Angaben für Heizenergie und Wasser beziehen sich auf das Jahr 2018, da wir dieses Jahr vollständig in den Büros in der Johannesstr. 19 in Stuttgart untergebracht waren und ein Bezug zum einzelnen Mitarbeitenden dadurch möglich ist.

Bewertungsstufen

Stufe: Fortgeschritten

Das Unternehmen kennt seine Ressourcennutzung und Emissionen sowie den ökologischen Fußabdruck, erhebt Kennzahlen zu den wesentlichen Umweltkonten und verfügt über Optimierungsstrategien.

Einige Kennzahlen werden erhoben und auf der Homepage veröffentlicht. Verbesserungen im Bereich Energiebezug, Mobilitätsverhalten, Ernährung und Ressourcenverbrauch erfolgen auf der Basis eines ausgeprägten Bewusstseins für ökologische Wirkungen.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Umweltkonten: Wesentliche Kennzahlen zur Mobilität, zum Energiebezug und -verbrauch und zum Ressourcenverbrauch und deren Klimawirkung sollten systematisch erhoben werden, um Verbesserungspotenziale zu erkennen und zu erfassen.

Mobilität: Inlandsreisen werden künftig nur noch im Ausnahmefall per Flugzeug erledigt. Die Bahn bleibt bevorzugtes Reisemittel.

Informationstechnik: Die Energieeinsparpotenziale durch gezielte Auswahl von Hardware sollte zusammen mit OLI Systems und unserem IT-Dienstleister erkundet werden.

E3.1 - VERSTÖßE GEGEN UMWELTAUFLAGEN SOWIE UNANGEMESSENE UMWELTBELASTUNGEN

Wir bestätigen, dass es nicht gegen Umweltauflagen verstößt bzw. die Umwelt nicht unangemessen belastet.

E3 - Reduktion ökologischer Auswirkungen	
erreichte Punktezahl E3	3
erreichte Punktezahl E3.1	-0

E4 - TRANSPARENZ UND GESELLSCHAFTLICHE MITENTSCHEIDUNG

Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung sollen in erster Linie Schaden von der Allgemeinheit durch Entscheidungen abwenden, die auf einem Mangel an verfügbaren Informationen und Fakten, mangelhaftem Argumentationsaustausch oder fehlenden Mitwirkungsmöglichkeiten der Betroffenen beruhen. Sie sollen ein lebensdienliches Miteinander in einer aufgeklärten, demokratischen, offenen und pluralistischen Gesellschaft fördern. Die relevanten Berührungsgruppen hier sind: Anrainer, Gebietskörperschaften, kritische Non-Profit-Organisationen, zukünftige Generationen und die Natur (= Mitwelt, Tiere, Pflanzen, Biodiversität, Landschaften).

Haltung des Unternehmens zum Thema

Transparenz über unsere Aktivitäten und Positionen ist uns sehr wichtig. Bisher findet ein Austausch darüber hauptsächlich auf fachlicher Ebene im Rahmen von Projekt- und Kundenveranstaltungen, auf Konferenzen und Messen statt.



Wie wird das Thema aktuell gelebt

Öffentliche Informationen über unser Unternehmen und unsere Aktivitäten sind bisher hauptsächlich über die Unternehmens-Homepage sowie über Social Media (Twitter) verfügbar.



In C/sells begleiten wir den Diskurs zur Digitalisierung der Energiewende mit öffentlichen Stakeholder-Gruppen (Bürgerinnen und Bürger von Modellgemeinden, kommunale Vertreterinnen und Vertreter, zivilgesellschaftliche Organisationen), siehe auch E1 (Ziel 17 Partizipation). Hier geht es weniger um politische Mitentscheidung als um Anregung zur Mitgestaltung durch Teilnahme etwa an einem dezentralen Handel von Strom oder Konsumverhalten, das dem Gesamtsystem dient. Fast 3000 Menschen wurden dabei als Testpersonen einbezogen, noch mehr Menschen in 44 Gemeinden, den sogenannten Demonstrations- und Partizipationszellen mit Informationskampagnen angesprochen. Unser Partner, die Smart Grids-Plattform Baden-Württemberg e.V. hat in einer begleitenden Sozialforschung⁵ untersucht, ob und wie gut Bürgerinnen und Bürger über das intelligente Stromnetz Bescheid wissen.

Kennzahlen

- Veröffentlichung eines Gemeinwohlberichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung: Dieser Bericht ist der Erstbericht zu Gemeinwohlbilanz
- Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen (in % der relevanten Entscheidungen, je nach Mitbestimmungsgrad): 28 %



Bewertungsstufen

Stufe: Fortgeschritten

Einfache gesellschaftliche Berichterstattung online oder in anderen leicht verfügbaren Publikationen; Veröffentlichung der Werthaltung des Unternehmens. Bei einigen relevanten



⁵ <https://www.ich-bin-zukunft.de/umfrage/studie-smart-meter-bekanntheit/>

Projekten werden aktiv relevante Berührungsgruppen einbezogen und Argumente ausgetauscht. Ausreichende, leicht zugängliche Dokumentation

Projekt C/sells: Der Aspekt der Partizipation steht im Fokus. Maßnahmen dazu werden durch einen Projektpartner umgesetzt. Als Koordinator begleiten wir die Aktivitäten.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Zum Thema Akzeptanz und Partizipation an der Energiewende besteht weiter Forschungsbedarf. Projekte dazu zu initiieren und zu koordinieren, ist weiterhin eins unserer Aufgabenfelder.

Eine Idee ist, künftig stärker mit den direkten Nachbarn im Gebäude in Kontakt zu treten, z.B. mit einem informellen Austausch bei einer After-Work-Veranstaltung.

E4.1 - FÖRDERUNG VON INTRANSPARENZ UND BEWUSSTE FEHLINFORMATION

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

E4 - Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	
erreichte Punktezahl E4	3
erreichte Punktezahl E4.1	-0

AUSBLICK

Kurzfristige Ziele

A1/A2/A3

- Bei Dienstreisen konsequenter sozial und ökologisch nachhaltige Dienstleister auswählen (Hotels, Transport)

A3

- Einkaufsrichtlinie IKT-Hardware
- Drucker überprüfen bezüglich Print Green Label
- Einkaufsrichtlinie für Verbrauchsmaterial, Dienstreisen, Logistik-DL
- Papierlose Kommunikation in der Buchhaltung steigern

C1

- Home-Office auch nach Corona vorteilhaft für Mitarbeiter und ressourceneffizient nutzen (siehe C3)
- Potenzialanalysen und gezielte Weiterbildung
- Systematische Gesundheitsförderung: Rückenfitness, Lärminderung

C2

- Ausgestaltung der Arbeitsverträge gendergerecht. Individuelle Bedürfnisse berücksichtigen.
- Elektronische Arbeitszeiterfassung
- Stellenausschreibungen gendergerecht

C3

- Einrichtung von Home-Office-Arbeitsplätzen
- Förderung der Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln
- Förderung der Nutzung von Pedelecs und E-Bikes über Jobrad
- Verbesserung der Abstellmöglichkeiten für Fahrräder

D1

- Dezentrale Energiegemeinschaften als Schwerpunkt der künftigen Arbeit.
- Werbung für unsere Tätigkeiten in Fachkreisen verstärken.

D4

- methodisch unterstützte, partizipative Organisation von Projekten.

E2

- Beiträge in Fachzeitschriften zu gemeinwohl-orientierten Themen sind geplant.

E3

- Wesentliche Umweltkonten systematisch erheben
- Inlandsreisen nur noch im Ausnahmefall per Flugzeug

Langfristige Ziele

A1/A2/A3

- Verstärkte Berücksichtigung von Unternehmensstrategie und menschenwürdigen Arbeitsbedingungen bei Lieferanten
- Erkundigung zu GWÖ-Kriterien bei wichtigen Dienstleistern

C3

- Mitarbeiterschulung zu ökologischem Verhalten und/oder zum persönlichen ökologischen Fußabdruck.

C4

- noch zu diskutieren, welche Themen wir stärker gemeinschaftlich entscheiden wollen.

D3

- Auseinandersetzung mit den ökologischen Auswirkungen durch unsere Dienstleistungen bzw. durch die Zusammenarbeit mit unseren Kunden und Partnern
- Position erarbeiten und mit unseren Kunden in Dialog treten.
- Kommunikation von ökologischen Auswirkungen unserer Dienstleistungen bezogen auf einzelne Projekte oder Aufträge

D4

- geeignete Methoden identifizieren, um etwa die spezifische Reduktion von Treibhausgasen abschätzen zu können.
- modularer Fragebogen für das Einholen von Feedback

E1

- Stakeholder stärker über den Beitrag unserer Projekte zu den UN-Entwicklungszielen zu informieren. (siehe auch D3).

E2

- Vorträge z. B. an Schulen in Stuttgart oder in den Gemeinden unserer Mitarbeitenden

E3

- Energieeinsparpotenziale durch gezielte Auswahl von Hardware zusammen mit OLI Systems und unserem IT-Dienstleister erkunden (A3).

E4

- mit den direkten Nachbarn im Gebäude in Kontakt zu treten, z.B. mit einem informellen Austausch bei einer After-Work-Veranstaltung.

13.01.2021