GEMEINWOHL ÖKONOMIE Ein Wirtschaftsmodell mit Zukunft

B.A.U.M.

GEMEINWOHLBERICHT 2016

der B.A.U.M. Consult GmbH (Hamm)

Autorin: Hanna Yabroudi, B.A.U.M. Consult GmbH | 15. Oktober 2018

INHALT

Unternehmen **5**

Allgemeine Informationen zum Unternehmen 5

Kurzpräsentation des Unternehmens 6

Produkte / Dienstleistungen 6

Das Unternehmen und Gemeinwohl 7

Testat **9**

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette **10**

A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette 11

Negativ-Aspekt A1.2 Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette 14

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette **14**

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen 14

A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette 15

Negativ-Aspekt A2.3 Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen 16

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette **16**

A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette 16

Negativ-Aspekt A3.2 Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette 19

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette **19**

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen 19

A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette 20

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln **22**

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung 22

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung 22

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen 22

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln **25**

B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung 25

Negativ-Aspekt B2.2 Unfaire Verteilung von Geldmittel 25

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung **26**

B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen 26

B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung 26

Negativ-Aspekt B3.3 Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen 26

B4 Eigentum und Mitentscheidung **26**

B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur 26
Negativ-Aspekt B4.2 Feindliche Übernahme 27
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz 28
C1.1 Mitarbeitendenorientierte Unternehmenskultur 28
C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz 29
C1.3 Diversität und Chancengleichheit 30
Negativ-Aspekt C1.4 Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen 31
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge 31
C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes 31
C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit 31
C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und Work-Life-Balance 32
Negativ-Aspekt C2.4 Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge 33
C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden 34
C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit 34
C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz 34
C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung 35
Negativ-Aspekt C3.4 Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens 35
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz 35
C4.1 Innerbetriebliche Transparenz 35
C4.2 Legitimierung der Führungskräfte 36
C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden 36
Negativ-Aspekt C4.4 Verhinderung des Betriebsrates 37
D1 Ethische Kund*innenbeziehungen 38
D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen 38
D1.2 Barrierefreiheit 41
Negativ-Aspekt D1.3 Unethische Werbemaßnahmen 42
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen 43
D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen 43
D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen 44
Negativ-Aspekt D2.3 Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen 45
D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen 45
D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz) 45
D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz) 46

Negativ-Aspekt D3.3 Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen 47
D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz 47
D4.1 Kund*innen-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung 47
D4.2 Produkttransparenz 48
Negativ-Aspekt D4.3 Kein Ausweis von Gefahrenstoffen 48
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen 49
E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben 49
E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen 51
Negativ-Aspekt E1.3 Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen 53
E2 Beitrag zum Gemeinwesen 53
E2.1 Steuern und Sozialabgaben 53
E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens 54
Negativ-Aspekt E2.3 Illegitime Steuervermeidung 55
Negativ-Aspekt E2.4 Mangelnde Korruptionsprävention 55
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen 55
E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie 55
E3.2 Relative Auswirkungen 56
Negativ-Aspekt E3.3 Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen 56
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung 57
E4.1 Transparenz 57
E4.2 Gesellschaftliche Mitentscheidung 57
Negativ-Aspekt E4.3 Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation 58
Ausblick 59
Kurzfristige Ziele 59
Langfristige Ziele 59
EU-Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (EU COM 2013/207) 59
Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz 60

Unternehmen

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname:	B.A.U.M. Consult
Eigentums- und Rechtsform:	GmbH
Branche:	Beratung / Consulting
Firmensitz:	Hamm (Westfalen)
Geschäftsführer:	Johannes Auge
Gesamtanzahl MitarbeiterInnen:	Ø 18 Festangestellte, davon 7 Vollzeit-Mitarbeitende und 11 Teilzeit-Mitarbeitende sowie: ▪ 450-Euro-Kraft (Reinigungskraft) ▪ 3 Werkstudent*innen ▪ 2 Praktikantenstellen (i.d.R. jeweils 3 Monate mit 40 Wochenarbeitsstunden) ▪ Zwei Arbeitsplätze für Mitarbeiter anderer B.A.U.M.-Standorte
Vollzeitäquivalente:	11,68 Vollzeitäquivalente (Basis: 7 festangestellte Voll- und 11 Teilzeitmitarbeitende)
Saison- oder Zeitarbeitende:	Keine
Umsatz:	1,3 Mio. Euro
Jahresüberschuss:	36.645,62 Euro
Eigentumsverhältnisse:	Gesellschafter: 90% Öko-Zentrum NRW GmbH (Geschäftsführender Gesellschafter des Öko-Zentrums NRW: Manfred Rauschen), 5% Manfred Rauschen (Geschäftsführer Öko-Zentrum NRW), 5% Johannes Auge (Geschäftsführer B.A.U.M.Consult GmbH)
Tochtergesellschaften:	keine
Verbundene Unternehmen:	Die B.A.U.M. Consult GmbH Hamm ist Teil der B.A.U.M. Group. Diese besteht aus drei Gesellschaften (Hamburg, Hamm und Berlin/München), die wirtschaftlich nicht miteinander verbunden sind. Bilanziert wird ausschließlich die B.A.U.M. Consult GmbH in Hamm.
Website	www.baumgroup.de
Berichtszeitraum:	2016

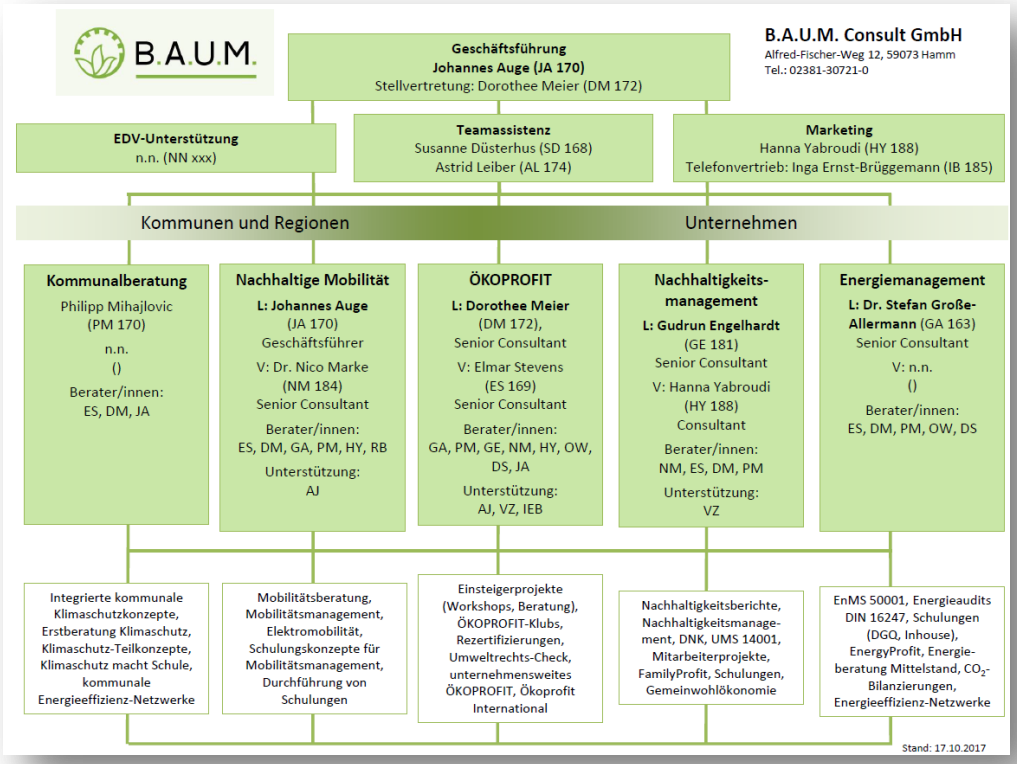

Abb. 1: Organigramm

Kurzpräsentation des Unternehmens

Die B.A.U.M. Consult GmbH Hamm ist 1991 aus dem B.A.U.M. e.V. hervorgegangen. Basierend auf den Prinzipien der Nachhaltigkeit betreut und berät B.A.U.M. Consult Unternehmen und Kommunen in allen Fragen des Umweltschutzes sowie der nachhaltigen Entwicklung.

Produkte / Dienstleistungen

Die Dienstleistungs- und Produktpalette von B.A.U.M. Consult reicht von Modellprojekten und wissenschaftlichen Untersuchungen über die Entwicklung von Curricula, Seminaren bis hin zu Veranstaltungen und Workshops. Die thematisch wichtigsten Bereiche bilden:

- ÖKOPROFIT® - Lokales Gruppenprojekt für betrieblichen Umweltschutz
- Umweltmanagement - Umweltberatung
- Energiemanagement - Energieberatung
- Mobilitätsmanagement - Mobilitätsberatung
- Kommunalberatung – Kommunale Klimaschutzkonzepte
- Integrierte Managementsysteme
- Nachhaltigkeitsmanagement – Nachhaltigkeitsberichte
- Klimaschutz – CO_2-Bilanzierung
- Fördermittelberatung und Forschungsprojekte

Anteil der wichtigsten Dienstleistungen von B.A.U.M. Consult Hamm am Umsatz:

Produkte/ Dienstleistungen	**Anteil am Umsatz**
ÖKOPROFIT inkl. ÖKOPROFIT-Klubs	54 %
Mobilitätsberatungen	14 %
FamilyProfit (FamUnDo)	2 %
Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagement	7 %
Energiemanagement und-beratung	15 %
Kommunaler Klimaschutz	3 %
Fortbildungen	5 %

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Das Geschäftsmodell von B.A.U.M. Consult fußt auf dem Ziel einer nachhaltigen Entwicklung und findet dementsprechend auch in unserem Leitbild seinen Niederschlag. Der Mensch steht ganz klar im Mittelpunkt unseres Handelns – als Kunde, Partner oder Mitarbeiter:

LEITBILD DER B.A.U.M. CONSULT HAMM

B.A.U.M. Consult Hamm ist der Nachhaltigkeitsberater, den Unternehmen und Kommunen bei allen Fragen zur Nachhaltigkeit zu Rate ziehen. Seit mehr als 15 Jahren entwickeln wir gemeinsam mit unseren Kunden den ganzheitlichen Ansatz im vorsorgenden Umweltschutz und im Klimaschutz konsequent weiter. Unsere technischen Lösungen zeichnen sich durch Umsetzungsorientierung, Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit aus. Praxisnähe und Verlässlichkeit genauso wie der Spaß an unserer Arbeit sind uns wichtig.
Damit unsere Kunden ökonomisch, ökologisch und in sozialen und gesellschaftlichen Belangen bestmöglich von unserer Beratung profitieren, stellen wir ganz klar den Menschen in den Mittelpunkt unseres Handelns.

Menschen als Kunden
In unseren Projekten sehen wir die Mitarbeiter in Unternehmen als wertvolles Kapital, das in Umwelt- und Nachhaltigkeitsstrategien den dauerhaften Erfolg ausmacht. Auch Umwelt- und Klimaschutzstrategien in Kommunen und Regionen sind nur mit motivierten Akteuren langfristig erfolgreich.

Menschen als Partner
Mit unseren Netzwerkpartnern schaffen wir – hersteller- und produktunabhängig – Umsatzdynamik und erarbeiten maßgeschneiderte Lösungen für unsere Kunden. Die B.A.U.M. Consult verbindet dazu Menschen, die sich für Umweltschutz und Nachhaltige Entwicklung in einem praxisnahen und innovativen Ansatz engagieren. Bei unseren Kooperationen achten wir sehr genau auf Unabhängigkeit, Transparenz und gegenseitiges Vertrauen.

Menschen als Mitarbeiter
Wir leben selbst, was wir mit unseren Kunden in systematischer und ganzheitlicher Betrachtung erarbeiten. Dazu haben wir auch intern umwelt- und familienfreundliche Regelungen vereinbart – sei es im Bereich der nachhaltigen Mobilität, bei der Beschaffung oder bei unseren Arbeitszeitmodellen.

Seit 2016 sind wir offizieller Schulungspartner des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK). Im zweiten Quartal 2017 haben wir die DNK-Entsprechenserklärung[1] für das Berichtsjahr 2016 veröffentlicht. Dieser Bericht bildet ein gutes Fundament für unsere eigene Gemeinwohlbilanz, die eine logische Konsequenz unserer täglichen Arbeit, unserer Werte und Überzeugungen ist.
Zukünftig möchten wir auch unsere Kunden beim Entwicklungsprozess hin zu einem GWÖ-Unternehmen unterstützen. Dies gewährleisten wir, indem wir damit begonnen haben, eine erste Mitarbeiterin zur Gemeinwohlberaterin ausbilden zu lassen.

Ansprechpartnerin für die GWÖ:
Hanna Yabroudi
Tel. 02381-30271-188
h.yabroudi@baumgroup.de

[1] Weblink: http://datenbank2.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/Profile/CompanyProfile/8815/de/2016/dnk

Testat

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Das gesamte Beschaffungsvolumen belief sich im Jahr 2016 auf 182.077 Euro.

Übersicht der Ausgabenposten anteilig am Gesamtbeschaffungsvolumen:

Ausgabenposten Sachaufwendungen & Ausgaben (netto) [%]	**Anteil am Gesamtbeschaffungsvolumen**	**Übersicht der wichtigsten Lieferanten**
Mobilität/Reisekosten	▪ 25,7 %, davon 47,03 % Pkw 26,7 % ÖPNV ▪ 12,5 % Verpflegungsmehraufwand ▪ 10,45 % Übernachtungen ▪ 3,32 % Parkgebühren	▪ Deutsche Bahn AG ▪ Carsharing (Flinkster & Greenwheels) ▪ Mitarbeiter-Pkw: diverse Automobilhersteller ▪ Kraftstoff (diverse Mineralölkonzerne) ▪ Hotels
EDV (Hard- und Software, Wartung, Hosting, Leasing, Reparatur)	▪ 23,5 %, davon 68,3 % neuer Server mit Installationsservices 30,3 % reguläre Wartung und Leasing (Multifunktionsgerät)	Mittelständischer Anbieter aus der Region (Kreis Warendorf) Grenke Leasing AG
Raummiete	16,4 %	Privatvermieter aus Hamm
Telekommunikation (Porto/Telefon/Internet)	8,7 %	▪ Deutsche Telekom ▪ Deutsche Post / DHL
Marketing	▪ 13,9 %, davon 80 % Fremd-Werbekosten (Broschüren für geförderte Projekte) 20 % Kosten für eigene Werbung	▪ Drucksachen: Umweltdruckerei, regionale Druckereien ▪ Werbemittel: memo AG
Strom/Gas	1,9 %	▪ Naturstrom AG
Versicherungen	2,7 %	▪ Adcuri Versicherungen ▪ Ergo Versicherungen ▪ VOLKSWOHL BUND VERSICHERUNGEN
Bürobedarf	0,8 %	▪ memo AG
Fortbildungskosten	1,7 %	▪ diverse Anbieter wie VBG
Spenden	1 %	▪ B.A.U.M. e.V. , Ingenieure ohne Grenzen Marburg
Mitgliedschaften in Vereinen & Verbänden	1,4 %	▪ B.A.U.M. e.V., BVMW, IHK u.a.
Speisen & Getränke	1,2 %	▪ Bewirtung für Mitarbeiter, Kunden und Gäste (v.a. inhouse)
Sonstiges	1,1 %	▪ Sparkasse Hamm & Volksbank Hamm (Kontoführungsgebühren), diverse Verlage (Fachzeitschriften)

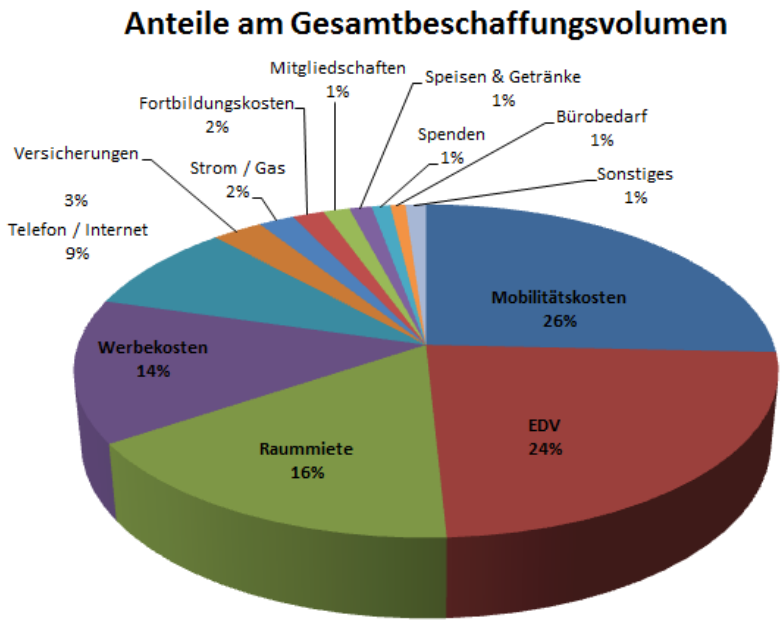

Abb. 2: Übersicht der Beschaffungsausgaben nach Bereichen

A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

Zu den wesentlichen eingekauften Produkten und Dienstleistungen zählen bei uns als Beratungsunternehmen mit Bürobetrieb die Posten Mobilität, EDV, Telekommunikation, Marketing, Energie und Bürobedarf.

Der Wirkungsbereich der Lieferkette der B.A.U.M. Consult GmbH ist insgesamt gering. Wir sind jedoch bemüht, negative Auswirkungen auf die Arbeitsbedingungen in der Zulieferkette in den wesentlichen Beschaffungsbereichen zu minimieren.

Bei der Auswahl der Dienstleister bzw. Anbieter achten wir – wo möglich – auf sozial ausgerichtete (gelabelte) sowie in Europa und Deutschland ansässige Lieferanten. Im Rahmen unserer Recherchen bedienen wir uns der entsprechenden Nachhaltigkeitsberichte oder sichten die Firmenhomepages sowie die externe Presseberichterstattung. Erste Ausschlusskriterien sind definiert worden: so vermeiden wir möglichst den Einkauf bei günstigen Online-Druckereien.

Nachstehend werden die (in Bezug auf Beschaffungsvolumen und/oder kritische Lieferketten) wesentlichen Ausgabenposten näher erläutert:

Mobilität /Reisekosten

<u>Mobilität per Bahn</u>

In unseren Reiserichtlinien und in den Arbeitsverträgen der Mitarbeiter ist verankert, dass umweltverträgliche Verkehrsmittel wie die Bahn Vorrang vor Fahrten mit dem Pkw oder Flugzeug haben. Unsere Mitarbeiter nehmen bei Bahnfahrten vorrangig die Dienstleistungen der Deutschen Bahn in

Anspruch. Die Deutsche Bahn ist tarifvertraglich gebunden, die Mitarbeiter gewerkschaftlich organisiert. Zudem berichtet die DB transparent über ihre Stakeholderdialoge.

Mobilität per Pkw

Die in der Automobilbranche vielfältigen existierenden sozialen Probleme bei der Gewinnung metallischer Rohstoffe sind allgemein bekannt. Kommen Bahnfahrten aus Erreichbarkeits- und Zeitgründen nicht infrage, nutzen die Mitarbeiter ihren privaten Pkw oder Carsharing-Fahrzeuge von Flinkster oder Greenwheels für geschäftliche Fahrten. Wenig Einfluss kann der Arbeitgeber auf die Auswahl der Pkw-Modelle der Mitarbeiter und somit auf die Defizite der Automobilbranche in der sozialen Dimension der Nachhaltigkeit nehmen. Durch diverse Maßnahmen wie Anreizsysteme für Mitarbeiter, Home-Office-Angebote und eine Reiserichtlinie pro alternative Verkehrsmittel versuchen wir, den Pkw-Einsatz zu minimieren. Das Ziel, CO_2-Emissionen durch die Steigerung der Anzahl der Bahnfahrten, Ausbau des Modal Split, der E-Mobilität sowie der Fahrgemeinschaften findet sich auch explizit in der Entsprechenserklärung des DNK wieder.

EDV

Wir arbeiten seit Jahren mit einem regionalen und familiengeführten EDV-Dienstleister aus Warendorf zusammen. Nach unseren Kenntnissen achtet der Betrieb sämtliche Sozialstandards, die Mitarbeiter werden angemessen entlohnt.
Auch in puncto Leasing setzen wir auf Partner der Region sowie auf langfristige Beziehungen. Unser Lieferant achtet nach unseren Kenntnissen sämtliche Sozialstandards und gewährleistet eine faire Bezahlung seiner Mitarbeiter.

Wir verwenden hauptsächlich Laptops und Bildschirme der Firma HP. Nachhaltigkeitsratings wie von oekom research[2] zufolge schneidet der Gerätehersteller als Branchensieger ab. Einen zentralen Aspekt stellen beispielsweise die Arbeitsbedingungen in der Zulieferkette dar. HP hat umfassende Maßnahmen zur Unterstützung wichtiger Zulieferer bei der Einführung von Standards in den Bereichen Arbeitnehmerrechte, Arbeitssicherheit und Gesundheit durchgeführt. Im Berichtsjahr wurden allerdings keine neuen Laptops angeschafft.

Telekommunikation

Der Versand unserer Briefpost erfolgt über den GoGreen-Service der Deutschen Post. Pakete verschicken wir ausschließlich über den Paketdienst DHL. Gerade Dienstleister dieses Sektors stehen oftmals aufgrund unfairer Arbeitsbedingungen im Fokus der Öffentlichkeit. DHL legt als einer der wenigen seine Arbeitsbedingungen und sein Umweltschutzengagement offen und erhielt von der Stiftung Warentest im CSR-Test[3] die Note „gut“.

Es besteht eine langjährige Geschäftsbeziehung mit der Deutschen Telekom. Über die Telekom beziehen wir die Mobilfunkgeräte für unsere Mitarbeitenden. Da die dienstlichen Mobiltelefone auch privat genutzt werden dürfen, wird ein unnötiger Mehrkonsum von Mobiltelefonen bzw. der Besitz mehrerer Geräte vermieden. Somit kommen wir mit weniger Produkten aus Konflikt-ressourcen aus. In der Regel

[2] Weblink: https://www.heise.de/ct/artikel/Nachhaltigkeits-Rangliste-von-Oekom-HP-besser-als-Lenovo-und-Apple-2105479.html
[3] Weblink: https://www.csr-news.net/news/2014/11/20/stiftung-warentest-csr-test-der-paketdienste-stost-auf-viel-intransparenz/

entscheiden sich die Mitarbeitenden für Modelle der Firma Apple oder Samsung, da im Rahmen des Geschäftskundenvertrags bisher keine Fairphones angeboten werden. (trotz mehrmaliger Nachfragen unsererseits).
Die Telekom berichtet transparent über ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten und unterstützt die 17 von der UN verabschiedeten Sustainable Development Goals. Das Unternehmen bekennt sich öffentlich zur Einhaltung der ILO-Kernarbeitsnormen, allerdings existieren auch kritische Berichte[4] bspw. über den Umgang mit Mitarbeitern und Arbeitsbedingungen, besonders im Ausland. Die Telekom ist langjähriges Mitglied im B.A.U.M. e.V. Wir verstehen den B.A.U.M. e.V. als Plattform für Verbesserungen im Nachhaltigkeitsmanagement. Über diesen Kanal kann versucht werden, positiven Einfluss auf die Weiterentwicklung bei der Telekom hinsichtlich des Produktportfolios zu nehmen (z.B. Aufnahme von Fair- oder Shiftphones in das Sortiment).

Marketing (insbes. Drucksachen)
Viele Druckaufträge für unsere B.A.U.M.- Werbematerialien wickeln wir über die „Umweltdruckerei“ ab (Visitenkarten, Flyer, Präsentationsmappen). Die öffentliche Darstellung der Unternehmensaktivitäten lässt ein insgesamt sozialverträgliches Verhalten erkennen. Das Unternehmen präferiert einen nachhaltigen Einkauf und bezieht seine Büroartikel ebenfalls über die memo AG.

Die Broschüren für unsere Kunden (v.a. Abschlussdokumentationen von ÖKOPROFIT) werden in der Regel von klein- und mittelständischen, regionalen Partnern hergestellt. Oftmals entscheiden aber auch die Kommunen als Auftraggeber über die Auswahl der Druckereien.

Bürobedarf
Den Großteil unseres Bürobedarfs beziehen wir von dem nachhaltigen Versandhaus memo, welches für umwelt- und sozialgerechte Standards steht – auch oder besonders entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Die Beschaffungskriterien der memo AG sind öffentlich zugänglich und umfassen beispielsweise Aspekte des fairen Handels oder sozialverträgliche Arbeitsbedingungen. Mitarbeiter von memo erhalten jährlich eine gewinnabhängige Ausschüttung.

Wird ein benötigtes Produkt von memo nicht angeboten, greifen wir auf regionale Zulieferer zurück.

Entwicklungspotentiale
- Die systematische Entwicklung von Ausschlusskriterien kann zukünftig dabei helfen, bei der Beschaffung noch gezielter auf gute Arbeitsbedingungen auf Lieferantenseite zu achten.
- Systematische Lieferantenbefragungen zu Sozialstandards sollen den Einkauf zukünftig ebenfalls nachhaltiger machen.
- Kontinuierliche Nachfrage bei Telekom nach fairen Mobiltelefonen
- Unterkünfte während der Geschäftsreisen sollen präziser nach Einhaltung von Sozialstandards ausgewählt werden. Ein Ansatz ist die Erstellung einer Empfehlungsliste für die Mitarbeiter. Bei der Hotelauswahl ist auf Labels“ wie Greenline Hotels, Certified Green Hotel-Zertifikat, das Arbeitnehmerbewertungsportal kununu, Fair Job Hotels und B.A.U.M.-Partnerschaften zu achten. Bei einigen Geschäftsreisen haben wir keinen direkten Einfluss auf die Hotelauswahl, da unser Partner

[4] Weblink: http://www.uniglobalunion.org/sites/default/files/attachments/pdf/voices_of_dt_workers_-_german.pdf

Vertragshotels vorgeben. Hier kann geprüft werden, ob indirekt Einfluss genommen werden kann (z.B. durch Erstellung und Zusendung eines Code of Conduct von B.A.U.M.-Consult).

Bewertung: 2 Punkte (Fortgeschritten)

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

B.A.U.M. bezieht seine Produkte aus einem sehr kleinen Lieferantenpool und besitzt als kleines Dienstleistungsunternehmen keine relevante Marktmacht) und damit wenige Einflussmöglichkeiten. Dennoch sind wir bemüht, in den kritischeren Bereichen „Mobilität mit dem Pkw“ und „EDV (Beschaffung von technischen Geräten) Maßnahmen zur Reduktion der potentiell negativen Auswirkungen umzusetzen.

Der Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch riskant bzw. ethisch unbedenklich sind beträgt im Bereich Mobilität 12,2 Prozent und im Bereich EDV 23,7 Prozent. Beim Ausgabeposten EDV muss differenziert werden: der größte Kostenblock fließt in die Vor-Ort-Dienstleistungen wie Wartung, Hosting, Reparatur und Service durch Mitarbeiter unseres Dienstleisters. Hier herrschen keine kritischen Arbeitsbedingungen.

Entwicklungspotentiale:
Die Automobilbranche weist bezüglich der Zulieferkette besondere sozialkritische Aspekte auf. Dieser und weitere Gründe veranlassen uns dazu, Pkw-Fahrten womöglich zu vermeiden bzw. zu reduzieren und verstärkt öffentliche Verkehrsmittel zu nutzen.

Auch die EDV-Branche weist ethisch riskante Aspekte auf. Wir möchten daher im Blick behalten, welche Geräte beziehungsweise Hersteller sich transparent und intensiv mit sozial-ökologischen Kriterien beschäftigen und Risiken zu minimieren versuchen (z.B. mittels Labels wie TCO certified).

Bei den Mobilfunkgeräten sind ebenfalls sozialverträglichere Anbieter zu prüfen.

Bewertung: keine Minuspunkte (Basislinie)

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen

Wir setzen auf langfristige Kooperationen mit unseren Lieferanten. Die Dauer der Geschäftsbeziehungen zu unseren Lieferanten beträgt jeweils mehrere Jahre. Der Gesamtdurchschnitt liegt bei ca. 7,7 Jahren. Lediglich die beauftragten Druckereien variieren zum Teil, da die Aufträge stark projekt- und auch regionsabhängig sind und partiell vom Auftraggeber entschieden werden.

Preisdumping lehnen wir konsequent ab, daher verhandeln wir Preise üblicherweise nicht nach.

Bei Neuorientierung geben wir regionalen Partnern in der Regel den Vorzug. Konkurrenten unserer Dienstleister, die mit Dumping-Preisen werben, unterstützen wir grundsätzlich nicht. Qualität und sozialökologische Standards dominieren unsere Geschäftsbeziehungen. Die Lieferantenbeziehungen sind überwiegend sehr gut, Beschwerden über Lieferbedingungen o.Ä. sind nicht bekannt.

Punktuell werden unsere Marktbegleiter zu Lieferanten und umgekehrt. Diese „Doppelfunktion" betrifft insbesondere in NRW ansässige Beratungsunternehmen und die weiteren rechtlich eigenständigen B.A.U.M.-Gesellschaften in Berlin, München und Hamburg. Mit diesen Unternehmen pflegen wir seit jeher enge Partnerschaften.

Konkret kooperieren wir in NRW mit drei Marktbegleitern (Wert-Sicht GmbH, Enviro-Pro und Udo Westermann aus Münster): mit Wert-Sicht GmbH und Udo Westermann führen wir gemeinsam ÖKOPROFIT-Projekte durch. Die Projektleitung liegt dabei abwechselnd bei B.A.U.M.Consult Hamm und bei den Partnern – abhängig von den regionalen Schwerpunkten. So werden unsere Marktbegleiter auch zu Lieferanten.
Gleiches gilt für die Vermarktung des ÖKOPROFIT-Projektes in NRW: der ÖKOPROFIT-Newsletter für NRW wird gemeinsam von B.A.U.M., Wert-Sicht und Enviro-Pro erstellt. Dabei rotiert die redaktionelle Leitung. Inhalte werden gemeinsam abgestimmt. Die Abstimmungsprozesse sind sehr eng. Es gibt regelmäßige und vertrauensvolle Treffen und Telefonkonferenzen zur Weiterentwicklung des Projektes. Die Preisgestaltung verläuft beidseitig fair und transparent.
Durch unser Agieren beteiligen wir diese Lieferanten direkt an der Wertschöpfung und fördern kooperatives Wirtschaften. Beide Seiten profitieren - nicht nur auf monetärer Ebene, sondern auch durch gemeinsames Human- und Wissenskapital.

Entwicklungspotentiale:
Durch eine Lieferantenbefragung kann die Zufriedenheit der Lieferanten abgefragt werden.

Bewertung: 5 Punkte (Erfahren)

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

Verpflichtende Indikatoren

B.A.U.M. schöpft aus einem sehr geringen Lieferantenpool. Besonders bei klein- und mittelständischen Unternehmen im Dienstleisterumfeld sind Label für Solidarität & Gerechtigkeit noch nicht so präsent wie dies bei ökologischen Zertifizierungen häufig der Fall ist. Daher spielen sozialverträgliche Siegel bei unseren regionalen mittelständischen Dienstleistern eine eher untergeordnete Rolle (Bsp. Rohware Papier: keine sozialverträglichen Labels bekannt).

Die memo GmbH als unser Hauptlieferant im Bereich Büromaterialien (inkl. Kaffee, Zucker etc.) achtet ganzheitlich auf ökologisch und sozialverträgliche Label bzw. Zertifizierungen. Bezüglich der Sozialsiegel seien hier beispielhaft das Fairtrade-Siegel, Gepa fair + und der Sozialstandard SA8000 genannt.

Nach unserer Kenntnis ist die Mitarbeiterzufriedenheit beim Lieferanten memo recht hoch, obwohl kein Betriebsrat existiert.

Unsere Versicherungen schließen wir über den Fairsicherungsladen Hamm ab. Dieser ist genossenschaftlich organisiert (partizipative Gesellschaftsform) und stellt den Verbraucherschutz traditionell in den Fokus. Faire Geschäftsbeziehungen stehen daher im Fokus dieses Lieferanten. Zu den vermittelten Versicherungen zählen:

- Adcuri Versicherungen
- Ergo Versicherungen
- VOLKSWOHLBUND VERSICHERUNGEN AG

Entwicklungspotentiale
Um zukünftig besser nachhalten zu können, wie unsere Lieferanten hinsichtlich der Aspekte Solidarität und Gerechtigkeit agieren, möchten wir Lieferantenbefragungen durchführen.

Bewertung: 2 Punkte (Fortgeschritten)

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

Als kleines mittelständisches Dienstleistungsunternehmen besitzt B.A.U.M. kaum oder wenig Marktmacht gegenüber Lieferanten. Auch in den Bereichen der von uns in Anspruch genommenen Dienstleistungen auf regionaler Ebene, üben wir keinerlei Druck oder gar Macht aus. Eine derartige Ausnutzung lehnen wir konsequent ab. Beschwerden seitens der Lieferanten sind uns in keiner Weise bekannt.

Entwicklungspotentiale
Da unser Wirkungsbereich in der Lieferkette sehr begrenzt ist, sind Verbesserungspotenziale schwer zu identifizieren.

Bewertung: keine Minuspunkte (Basislinie)

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Da die B.A.U.M. Consult GmbH ein Dienstleistungsunternehmen ist, beschränken sich die Materialflüsse auf den Betrieb der Büroräume und die Dienstreisen zum Kunden.

Beim Verbrauch natürlicher Ressourcen wie Wasser, das am Standort für sanitäre Zwecke sowie für Kaffee- und Teekonsum, zum Kochen und Spülen benutzt wird, achten die Mitarbeitenden auf einen verantwortungsvollen Umgang. Dasselbe ressourcenschonende Nutzerverhalten gilt für Strom und Wärme. Außerdem achtet die B.A.U.M. Consult GmbH auf umweltfreundliche Büromaterialien mit Labels wie dem Blauen Engel oder FSC vom Versandhaus memo und vermeidet oder trennt Abfälle, wo möglich.

Nachfolgend aufgelistet sind unsere aus ökologischer Sicht relevanten Lieferanten mit entsprechenden Auswirkungen und Verbesserungspotentialen und Angaben zu ökologisch höherwertigen Alternativen:

Lieferanten nach Bereichen	**Status Quo und Entwicklungspotentiale**
Lieferanten Strom *100% ökologisch höherwertig*	Unseren Strom beziehen wir zu 100 Prozent vom Anbieter Naturstrom, der wiederum 100 Prozent Ökostrom produziert. Hier sind uns keine negativen Auswirkungen auf die Umwelt bekannt.
Lieferanten Druckprodukte *ca. 80 % sind ökologisch höherwertig*	Sämtliche, von uns beauftragte Printmedien werden klimaneutral gedruckt. Lieferanten sind entweder regionale Druckereien oder Produzenten mit nachhaltiger Ausrichtung (Umweltdruckerei). In einigen Fällen haben wir nur bedingt Einfluss auf die Auswahl der Druckereien: die Abschlussdokumentationen nach den einzelnen ÖKOPROFIT-Projektrunden und anderen öffentlich geförderten Projekten werden teilweise in Druckereien produziert, die von den kommunalen Auftraggebern beauftragt werden. In Zukunft kann verstärkt nachgehalten werden, ob in den Druckereien auf mineralölfreie Farben und den Verzicht von Isopropanol geachtet werden, z.B. gemeinwohlzertifizierte Anbieter.
Lieferanten EDV *Grundsätzlich 80% , aber im Berichtsjahr kaum Neuanschaffung von Hardware*	Bei der Beschaffung von Arbeitsgeräten (Laptops, Druckergeräte etc.) achten wir auf einen möglichst geringen Energieverbrauch und einen effizienten sowie suffizienten Einsatz: ▪ Beschaffung von HP-Produkten. Die Marke landet im Nachhaltigkeitsranking von oekom research[5] (2014) auf einem Spitzenplatz. ▪ Einsatz von Docking-Stations und dadurch Ersparnis zusätzlicher PC-Geräte ▪ Pro Etage ein zentraler Drucker (davon ein Multifunktionsgerät) für gesamte Belegschaft ▪ Ökologische Druckereinstellungen (Standardmäßig schwarz-weiß- und beidseitiger Druck) In Zukunft wollen wir Green IT verstärkt zum Thema machen, in dem wir: ▪ Maßnahmen zur Verlängerung der Lebensdauer der Hardware von Laptops ergreifen , in dem wir SD-Karten (zusätzlicher Speicher) anschaffen und damit die Abschreibungsdauern verlängern

[5] Weblink: https://www.heise.de/ct/artikel/Nachhaltigkeits-Rangliste-von-Oekom-HP-besser-als-Lenovo-und-Apple-2105479.html

	▪ Probehalber bei Neubeschaffung second-hand-Geräte kaufen (refurbished IT) , um den Produktionsdruck in den Herstellländern und damit die ökologischen Auswirkungen zu minimieren ▪ verstärkt auf Label für IT-Produkte achten (TCO certified, Blauer Engel etc.)
Lieferant Telekommunikation *0 %*	Bisher bietet unser Vertragspartner keine nach ökologischeren Kriterien produzierten Smartphone-Modelle an. Folgende Verbesserungsideen wollen wir verfolgen: ▪ Nutzungsphase der Mitarbeitertelefone verlängern, z.B. durch Sensibilisierung der Mitarbeiter oder eine Einkaufsrichtlinie ▪ Vor jedem neuen Vertragsabschluss beim Vertragspartner nach Fairphones fragen
Lieferant Mobilität *Ca. 58 % umweltfreundliche Verkehrsmittel (Bahn, ÖPNV)*	Wir reduzieren Pkw-Fahrten, indem wir unsere Reiserichtlinie konsequent anwenden. Unsere Reiserichtlinie sieht vor, dass alternative und umweltfreundliche Mobilitätsformen Vorrang haben. Als Anreiz bekommen die Mitarbeitende die Bahncard 25, die Bahncard 50 (bei nachgewiesener betrieblicher Nutzung) sowie einen internen Bahnbonus. Wir vermeiden Wege, indem Möglichkeiten zur Arbeit im Home Office und zur Durchführung von Videokonferenzen geschaffen werden. Bei der internen Projektvergabe achten wir darauf, dass die Distanz zwischen Mitarbeiterwohnorten und Kundenstandorten möglichst gering ist. Im Sinne der Effizienz wird außerdem darauf geachtet, dass – wo möglich – mehrere Kundentermine verbunden werden können. Trotz umfangreicher Anreize liegt der Anteil der Pkw-Fahrten noch deutlich über denen mit alternativen Verkehrsmitteln. Dies ist darauf zurückzuführen, dass unsere Berater tagtäglich Kunden in ganz NRW besuchen, die oftmals in schlecht erreichbaren Gegenden ansässig sind. Dennoch streben wir an, kontinuierlich für einen Umstieg auf umweltfreundliche Alternativen zu motivieren und den Modal Split in Richtung Umweltverbund auszubauen. Konkret planen wir: ▪ Nutzung der Elektromobilität für Dienstreisen und Arbeitswege bei Einsatz CO_2-freien Stroms (z.B. durch Anschaffung eines Elektroautos als Firmen-Pkw mit Grünstrombeladung) ▪ Weitere Steigerung des Anteils der Bahnfahrten bei Dienstreisen ▪ Ausbau der Mitarbeiter- Fahrgemeinschaften bei

	Arbeitswegen ▪ Ausbau des Einsatzes von Videokonferenzen ▪ Prüfung von CO_2-Kompensation für Geschäftsreisen (z.B. über Atmosfair
Räumlichkeiten *100 % ökologisch höherwertige Alternativen*	Wir sind ansässig im Gewerbepark Öko-Zentrum, einem Gewerbegebiet für Unternehmen mit nachhaltiger Ausrichtung. Seit Januar 2016 sind wir Mieter in einem Gebäude mit geringem Energiebedarf (Energieausweis mit niedrigen Verbrauchswerten) und ökologischer Bauweise (Dämmung aus ökologischer Beflockung, Recyclingdachpfannen, Fenster, Böden u.a. Baumaterialien aus Holz, Wandbeläge z.T. aus ökologischem Lehmputz, Regenwasserableitung durch Regolensystem). Die Möbel haben wir zu größten Teil vom Vormieter übernommen und damit einen Neukauf vermieden. Die Installation einer Photovoltaikanlage auf dem Dach wird geprüft, um mit dem damit generierten Strom Elektroautos laden zu können.

Entwicklungspotentiale

- Siehe Tabelle
- Erstellung einer Einkaufsrichtlinie zwecks Evaluierung der eingekauften Produkte und Lieferanten nach ökologischen Kriterien

Bewertung: 4 Punkte (Erfahren)

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

Unsere Dienstreisen mit dem Pkw und unsere Arbeitsgeräte (Laptops, Smartphones) verursachen die höchsten direkten ökologischen Auswirkungen bei B.A.U.M. Damit setzen wir uns aktiv auseinander und ergreifen und planen Maßnahmen (siehe Tabelle unter A3.1), um potentiell negative Auswirkungen in der Zulieferkette auf ein Minimum zu reduzieren

Bewertung: keine Minuspunkte (Basislinie)

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen

In der Regel besteht eine langjährige, vertrauensvolle Zusammenarbeit mit direkten Lieferanten (durchschnittliche Dauer der Lieferantenbeziehung: 7,7 Jahre). Ein faires und transparentes Miteinander ist uns wichtig. Die Lieferanten beziehen wir im operativen Geschehen oftmals in Entscheidungsprozesse ein (v.a. Marketing und EDV, abhängig vom Projekt), jedoch noch nicht systematisch. Beschwerden seitens der Lieferanten hinsichtlich unserer Informationspolitik gab es in der Vergangenheit nicht. Rückmeldungen zu Angeboten erfolgen meistens zeitnah, damit die Lieferanten ihre Ressourcen planen können. Ein Beispiel: der Zeitplan für unsere ÖKOPROFIT-Projekte steht frühzeitig, so dass wir

Grafikagenturen und Druckereien für die Erstellung unserer ÖKOPROFIT-Ergebnisbroschüren rechtzeitig anfragen und informieren können.

Lieferanten beziehen wir immer wieder in Entscheidungsprozesse mit ein und lassen das Know-how bzw. die Empfehlungen der Dienstleister in vielen Fällen in unsere Entscheidungsfindung einfließen, insbesondere in den Bereichen Marketing und IT. Im Jahr 2016 betraf dies vor allem die IT – im Zuge des Umzugs in neue Büroräumlichkeiten wurde unser IT-Dienstleister eng in die Planungen einbezogen, z.B. hinsichtlich der neuen Serverinfrastruktur.

Wie unter A2.1 berichtet, werden unsere Marktbegleiter zeitweise zu Lieferanten und umgekehrt.
Die Zusammenarbeit ist durch eine transparente Informationspolitik und aktive Mitentscheidungsprozesse gekennzeichnet. So finden mit den Marktbegleitern in NRW im Vorfeld neuer ÖKOPROFIT-Projektrunden rechtzeitige Abstimmungstreffen statt, um Kapazitäten auf beiden Seiten frühzeitig planen und Themenschwerpunkte in den Workshops besprechen zu können. Damit erreichen wir einen hohen Grad an Partizipation. Der wechselseitige „Rollentausch“ fördert das gegenseitige Verständnis und Vertrauen. Da die hier aufgeführten Lieferanten gleichzeitig Mitunternehmen sind, berichten wir unter D2.1 über unsere Kooperationsansätze.

Entwicklungspotentiale
Ein zielgerichteter Dialog mit unseren Lieferanten kann Aufschlüsse darüber geben, ob diese mit ihren Mitentscheidungsmöglichkeiten und unserer Informationspolitik zufrieden sind. In diesem Zuge sind auch die Mitarbeiter für Optionen zur Gestaltung einer transparenten und auf Mitentscheidung fußenden Lieferantenbeziehung zu informieren.

Bewertung: 3 Punkte (Fortgeschritten)

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

Als kleines mittelständisches Dienstleistungsunternehmen besitzt B.A.U.M. kaum oder wenig Marktmacht und damit kaum Verbesserungspotentiale. Erschwerend kommt hinzu, dass es für unseren Tätigkeitsbereich keine eindeutigen Label gibt, die auf Transparenz und Mitentscheidung schließen lassen. Wir nutzen jedoch punktuell Quellen wie Nachhaltigkeitsberichte und Presseberichte als Indikatoren.

Bei einigen Lieferanten besteht aufgrund der direkten Beziehungen ein positiver Impact:

- B.A.U.M.-Group: wir führen kontinuierlich Kooperationsprojekte mit den anderen B.A.U.M.-Standorten durch, in denen unsere B.A.U.M.-Partner zu Lieferanten werden
- Naturstrom: unser Gesellschafter Manfred Rauschen übt als Mitglied des Aufsichtsrats bei Naturstrom positiven Einfluss auf die Entwicklung des Unternehmens aus

Entwicklungspotentiale
In Zukunft soll durch Lieferantenbefragungen oder die Erstellung eines Code of Conduct strukturierter und systematischer erfasst werden, wie es um die Transparenz und den partizipativen Umgang der Lieferanten mit deren Berührungsgruppen bestellt ist.

Bewertung: 1 Punkt (Erste Schritte)

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

Unser Eigenkapitalanteil liegt bei 38 Prozent. Der durchschnittliche Eigenkapitalanteil der Branche ist uns nicht bekannt. Einer Auswertung des Statistik-Portals[6] statista.de zu Eigenkapitalquoten im deutschen Mittelstand bis 2016 zufolge, weisen Unternehmen mit 10 bis 49 Mitarbeitern eine Eigenkapitalquote von 30 Prozent (im Jahr 2016). Damit liegen wir über dem Durchschnitt. Eine ausreichende Risikodeckung durch Eigenmittel ist dadurch grundsätzlich gegeben.

Entwicklungspotentiale
Keine

Bewertung: 5 Punkte (Erfahren)

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

Im Jahr 2016 haben wir keine Kredite aufgenommen.

Entwicklungspotentiale
Keine

Bewertung: 10 Punkte (Vorbildlich)

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen

Bei der Auswahl unserer externen Finanzpartner haben wir bereits punktuell auf die werteorientierte Ausrichtung der Partner geachtet.

Versicherungen
Seit vielen Jahren arbeiten wir vertrauensvoll mit dem Fairsicherungsbüro Manfred Gerling eK in Hamm zusammen. Das Büro ist dem Verbund der Fairsicherungsläden eG angeschlossen. Diese Genossenschaft fokussiert insbesondere den Verbraucherschutz. Folgende Finanzprodukte bzw. Finanzpartner wurden uns vom Fairsicherungsbüro vermittelt:

1) Haftpflicht (Betriebs- und Inventarversicherung) bei der Adcuri, Tochter der Barmenia Versicherungen mit einem Geschäftsumfang von:
   - 336 Euro Jahresbeitrag
2) Vermögensschadenshaftpflicht bei der ERGO Versicherung mit einem Geschäftsumfang von:
   - 901 Euro Jahresbeitrag

[6] Weblink: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/150148/umfrage/durchschnittliche-eigenkapitalquote-im-deutschen-mittelstand/

3) Betriebliche Altersvorsorge über Volkswohlbund und Neue Leben
   - Zwei Altverträge über Neue Leben: 4.944 Euro jährliche Mitarbeiterbeiträge
   - Drei Verträge über Volkswohlbund: 3.000 Euro jährliche Mitarbeiterbeiträge

Um die ethische Haltung unserer Hauptfinanzpartner beurteilen zu können, haben wir entsprechende Internetrecherchen durchgeführt und sind zu folgenden Ergebnissen gelangt:

Adcuri GmbH (Barmenia)

Die Adcuri GmbH ist ein Tochterunternehmen der nachhaltig agierenden Barmenia Versicherungen aus Wuppertal. Mehrere Auszeichnungen und Zertifizierungen belegen das Engagement der Muttergesellschaft Barmenia in puncto Nachhaltigkeit:

- Deutscher Nachhaltigkeitspreis[7] in der Kategorie "Deutschlands nachhaltigster Vertrieb 2008"
- Zertifizierung des TÜV Rheinland nach dem Standard „Nachhaltige Unternehmensführung“
- Studie „Nachhaltigkeit in der Assekuranz“ von AMC[8] (Netzwerk für Versicherer mit Fokus Marketing/Vertrieb) und BetterRelations: Barmenia ist Nachhaltigkeitsvorreiter in der Versicherungsbranche
- Initiative „Wirtschaft pro Klima“
- Audit „Beruf und Familie“
- ÖKOPROFIT-Auszeichnung
- B.A.U.M. – Umweltpreis

Die Barmenia berichtet ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten [9]in Nachhaltigkeitsberichten und einer u.a.). Entsprechenserklärung des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK). Folgende ethische Leitlinien und Maßnahmen lassen sich hier ablesen:

- Die Barmenia ist am 1. Juli 2013 mit allen drei Versicherungsunternehmen dem Verhaltenskodex für den Vertrieb des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV)beigetreten und hat die Prüfung durch einen unabhängigen Wirtschaftsprüfer bestanden.
- Die Barmenia bekennt sich zu den Grundsätzen für nachhaltiges Investieren der Vereinten Nationen (sog. UNPRI - **U**nited **N**ations-supported **P**rinciples of **R**esponsible **I**nvestments).
- Die Barmenia achtet zunehmend auf ein verantwortungsbewusstes Investitionsverhalten. So hat sie Ausschlusskriterien für das gesamte Portfolio definiert (z.B. Herstellung von Bioziden, Herstellung oder Handel mit geächteten Waffen, Verstöße gegen grundlegende ILO-Prinzipien, Todesstrafe Kapital wird zunehmend ökologisch angelegt (in Windkraftparks und PV-Anlagen). Kunden können teilweise Nachhaltigkeitsfonds wählen (bei Fonds gebundenen Rentenversicherungen).

ERGO Versicherungen

Die ERGO Versicherungen ist kein ethisch-nachhaltiger Finanzdienstleister und bietet nur wenige ethisch-nachhaltige Produkte an (z.B. Förderung des wachsenden Marktes von Elektroautos mit besonders

[7] Weblink: https://www.nachhaltigkeitspreis.de/wettbewerbe/unternehmen/preistraeger-unternehmen/2008/barmenia-versicherungen/
[8] Weblink: https://www.versicherungsbote.de/id/4795512/CSR-und-Nachhaltigkeit-Viele-Versicherer-verschenken-Wettbewerbsvorteile---nicht-so-die-Barmenia-/
[9] http://www.barmenia.de/de/subs/nachhaltigkeit/wirtschaftlich/nachhaltigkeitsbericht.xhtml

günstigen Tarifen in der Kfz-Haftpflicht und in der Vollkasko). Die Presseberichterstattung[10] in den vergangenen Jahren war oftmals negativ (fehlerhafte Riesterpolicen, hohe Provisionen, Fehlverhalten der Vertriebsorganisation) und lässt auf eine verbesserungswürdige Unternehmenskultur und Strategie schließen. Mit strengeren Compliance-Regeln soll die Unternehmenskultur sukzessive zum Positiven verändert werden (Bsp. Beachtung der ESG (Environment, Social, Governance)-Aspekte beim Management der Kapitalanlagen; Beitritt zum Verhaltenskodex für Vertrieb des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV)).

Im Ranking der Nachhaltigkeitsberichte 2015[11] des Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) und future e.V.-verantwortung unternehmen erreichte die ERGO im Branchenvergleich Rang 2 und branchenübergreifend Rang 22. Gut bewertet das IÖW die Berichterstattung hinsichtlich der Kriterien Umweltschutz und Produktverantwortung. Unzureichend seien die Darstellungen im Bereich der Lieferkettenverantwortung. Potentiale bestünden zudem bei allen großen Versicherungen in der aussagekräftigen Kommunikation des Themenfeldes Vertriebsethik.

VOLKSWOHLBUND Versicherungen

In einem Positionspapier[12] aus dem Jahr 2011 verpflichtet sich das Unternehmen zu einer nachhaltigen Kapitalanlagestrategie. Hierfür wurden bestimmte Nachhaltigkeitskriterien definiert. Die Kapitalanlagen werden regelmäßig durch die Nachhaltigkeits-Ratingagentur imug geprüft. Nach eigener Aussage werden Immobilien umweltschonend gemanagt und nachhaltige Versicherungsprodukte angeboten. So können Kunden seit 2013 Kunden ihre Rentenversicherung beim Volkswohl-Bund als *„transparente“*[13] abschließen. Ihr Geld fließt dann in nachhaltige Projekte[14] und Kapitalanlagen.

Banken

Unser Geschäftskonto haben wir bei der Sparkasse Hamm. Hier fallen jährlich 500 Euro Kontoführungsgebühren an.
Mit unserem Partner und Mitunternehmer Wesseling haben wir bei der Volksbank Hamm noch ein Gemeinschaftskonto. Die Jahresgebühren liegen bei 69 Euro.

Leasing

Unser Multifunktionsgerät haben wir bei der Fa. Grenke geleast. Im Deutschland-Test von Focus Money schneidet Grenke regelmäßig sehr gut ab und wird zum „Kundenliebling“ gewählt (Basis des Tests: Analyse und Auswertung der Verbraucherurteile in den vier Testfeldern Preis, Qualität, Service und Ansehen). Aufschluss über ethisches Verhalten oder Investitionsanlagestrategien lässt dieser Test nicht zu. Auch auf der Website des Unternehmens werden keine Nachhaltigkeitsaktivitäten berichtet.

[10] https://www.focus.de/finanzen/news/party-total-schaden-lustreisen-nach-budapest-orgie-mit-spaeten-folgen-fuer-versicherungskonzern-ergo_id_5686366.html
[11] http://www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de/data/ranking/user_upload/2015/Ranking_Nachhaltigkeitsberichte_2015_Ergebnisbericht_mit_Branchenauswertung.pdf
[12] Weblink: https://www.volkswohl-bund.de/cms/Portals/0/Pressemitteilungen/2011/Verantwortung.pdf?ver=2011-09-22-105050-110
[13] Weblink: https://www.volkswohl-bund.de/cms/Portals/0/Pressemitteilungen/2013/Kooperation_transparente.pdf?ver=2014-07-04-132357-560)
[14] Weblink: https://www.verbraucherzentrale-bremen.de/pressemeldungen/geld-versicherungen/riester-kritische-investitionen-nur-teilweise-ausgeschlossen-17688

Entwicklungspotentiale

- Umfassende Ansprache unserer Finanzpartner bzw. Befragung unseres Fairsicherungsbüros bezüglich ethischer Alternativen
- Suche nach ethisch-nachhaltigen Alternativen und Prüfen eines möglichen Bankwechsels zu einer sozialökologischen Bank

Bewertung: 2 Punkte (Fortgeschritten)

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

Wir identifizieren uns mit dem Credo „Zukunftsvorsorge vor Kapitalausschüttung“.

- Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit (in Tsd. EUR): 36.645,62 EUR
- Gesamtbedarf Zukunftsausgaben (in Tsd. EUR): ca. 10.000 EUR
  - Verbesserung von bzw. Entwicklung neuer Dienstleistungen wie Digitalisierung von Geschäftsprozessen (z.B. Beratung Unternehmenswert Mensch): Eigenanteil 2.000 EUR
  - Personalaus- und -weiterbildung (3.000 Euro p.a.)
  - Erneuerungsinvestitionen (v.a. EDV) ca. 5.000 Euro p.a.
- Getätigter strategischer Aufwand (in Tsd. EUR): -
- Anlagenzugänge (in Tsd. EUR): 10.800 Euro
- Zuführung zur Rücklage (in Tsd. EUR): 36.645,62 Euro
- Auszuschüttende Kapitalerträge (in Tsd. EUR, in % vom Stamm- oder Grundkapital): von Fall zu Fall erfolgt eine Ausschüttung an die Mitarbeitenden (mind. 25 Prozent, meist mehr). 2016 sind insgesamt 25.000 Euro brutto an die Mitarbeiter ausgeschüttet worden. Darüber hinaus wird dem Unternehmen Vermögen zugeführt.

Bewertung: 6 Punkte (Erfahren)

Negativ-Aspekt B2.2 Unfaire Verteilung von Geldmittel

Trifft für uns nicht zu: keine Standortverlagerung, kein Arbeitsplatzabbau.

Entwicklungspotentiale

Keine

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen

B.A.U.M. Consult Hamm ist Mieter, kein Eigentümer. Sanierungen müssen mit unserem Vermieter abgesprochen werden. Das Gebäude wurde nach ökologischen Kriterien gebaut. Ein Finanzplan für technische Geräte liegt nicht vor.

Im Jahr 2016 haben wir im Rahmen des Umzuges energieeffizientere Leuchtmittel eingebaut. Drei Mitarbeitende nahmen an Weiterbildungen zu ökologischen Themen wie CO2-Bilanzierung in Kommunen, Umweltrecht und Nachhaltigkeitsberichterstattung teil.

Entwicklungspotentiale
Für 2017 wird die Anschaffung einer Ladesäule (Gesamtmosten: 5.000 Euro, davon 3.500 EUR gefördert) geplant. Geprüft wird zudem die Investition in eine Photovoltaikanlage auf dem Dach.

Bewertung: 3 Punkte (Fortgeschritten)

B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung

Wir finanzieren keine Projekte und weisen keine Fonds-Veranlagungen auf. Gelegentlich spenden wir kleinere Beiträge an den B.A.U.M. e.V. Mit den anderen B.A.U.M.-Gesellschaften und dem Öko-Zentrum bilden wir eine Solidargemeinschaft.

Entwicklungspotentiale
Derzeit keine. Rücklagen sollen zunächst nicht angelegt, sondern für technische Investitionen und Personalentwicklung eingesetzt werden.

Bewertung: trifft nicht zu

Negativ-Aspekt B3.3 Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Keine

B4 Eigentum und Mitentscheidung

B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

Die Gesellschaftsform war von Anbeginn eine GmbH. Das Eigenkapital verteilt sich wie folgt:

- Unternehmer*innen: 5 % (Manfred Rauschen als Privatperson)
- Führungskräfte: 5 % (Johannes Auge als Privatperson)
- Mitarbeiter*innen: 0 %
- Kund*innen: 0 %

- Lieferant*innen: 0 %
- weiteres Umfeld: 90 % Öko-Zentrum (Alleingesellschafter Manfred Rauschen) = gleichzeitig Mitarbeitender Unternehmer
- nicht mittätige Kapitalinvestor*innen

Die Gesellschafterversammlung bevorzugt bei der Führung der recht kleinen B.A.U.M.-Gesellschaft einfache Entscheidungsstrukturen, um flexibel auf Veränderungen von innen und außen reagieren zu können. Von daher wird die Aufnahme weiterer Gesellschafter (egal ob Mitarbeiter oder Dritte) derzeit nicht aktiv betrieben.

Entwicklungspotentiale

- derzeit keine, s.o.

Bewertung: 0 Punkte

Negativ-Aspekt B4.2 Feindliche Übernahme

Trifft nicht zu.

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

C1.1 Mitarbeitendenorientierte Unternehmenskultur

Die Fluktuationsrate betrug im Jahr 2016 17 Prozent. Erwähnenswert ist, dass die Jahre 2015-2016 eine gewisse Sondersituation darstellen. Die Fluktuationsraten waren bei B.A.U.M. Hamm seit der Gründung sehr niedrig. Im Zeitraum von 1999 – 2014 ist das Team von einer auf rd. 20 Personen angewachsen. In dieser Zeit gab es lediglich zwei Kündigungen seitens der Mitarbeiter und eine betriebsbedingte Kündigung durch das Unternehmen. Erklärungen für die gestiegene Fluktuationsrate in 2016 (und davor in 2015) sind sowohl intern (Umbruch in der Organisationsstruktur, mangelnde Kommunikation) als auch extern (Veränderungen im Markt mit Steigerung der Jobangebote und Vergütungsmöglichkeiten) zu finden.

Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit beträgt 6,39 Jahre.

Jährliche Zielvereinbarungsgespräche und eine „open door-policy“ sind Teil unserer mitarbeitendenorientierten Unternehmenskultur. Hiermit bieten wir Raum für direkte Rückmeldungen. Gezielte Zufriedenheitsabfragen haben wir bisher nicht durchgeführt. Wir möchten aber prüfen, ob die Durchführung von Mitarbeiterbefragungen für uns in einem sinnvollen Aufwand-Nutzen-Verhältnis steht.

Wir investieren kontinuierlich in die persönliche und fachliche Weiterentwicklung aller Mitarbeitenden. Im Jahr 2016 wurden 420 Weiterbildungsstunden in Anspruch genommen und 3.137 Euro investiert. Pro fest angestelltem Mitarbeitenden (insgesamt 18) ergeben sich daraus 23,3 Stunden. Das Weiterbildungsbudget 2017 soll auf 5.000 Euro erhöht werden.

Die Mitbestimmungsmöglichkeiten spielen im Unternehmen eine wichtige Rolle. Es gibt keinen Betriebsrat. Anliegen der Arbeitnehmerseite sowie der Arbeitgeberseite werden regelmäßig und direkt kommuniziert. Flache Hierarchien sind typisch bei B.A.U.M. Consult Hamm.
Das gemeinsame Erarbeiten von strategischen Themen und die Beteiligung an fachspezifischen und allgemeinen Diskussionen werden in regelmäßig stattfindenden Besprechungen (Jour Fixe) sichergestellt. Diese werden ebenfalls dazu genutzt, um gemeinsam Erfolge zu feiern oder besonderes Engagement von Kollegen hervorzuheben. Immaterielle Wertschätzung wird im gesamten Team offen kommuniziert und ist ein wichtiger Baustein unserer Unternehmenskultur.

Mitarbeiter bei B.A.U.M. Consult weisen ein hohes Maß an Selbstorganisation und Eigenverantwortung auf. Die Geschäftsführung achtet primär auf Ergebnisorientierung und hat für Fragen immer ein offenes Ohr. Es bestehen größtmögliche Spiel- und Freiräume bei der Gestaltung der Arbeit und der Aufgabenumsetzung, wobei die Klarheit über Verantwortlichkeiten jederzeit gewährleistet ist.
Jungen Kollegen bzw. Neueinsteigern wird zugetraut, rasch eigenverantwortlich zu arbeiten und eigene Kunden und Projekte zu übernehmen. Um die Qualität zu sichern und Unterstützung zu bieten, haben wir in 2016 ein Patenprogramm eingeführt. Jedem jungen Kollegen wird ein erfahrener als Mentor zur Seite gestellt. Die Zwischenbilanz ist vorrangig positiv. Allerdings möchten wir die Zusammenarbeit zwischen Mentor und Mentee in Zukunft weiter stärken, da es zum Teil an Zeit für Austausch fehlt.

Wir pflegen einen konstruktiven Umgang mit Fehlern und vermeiden eine „Pauschalverurteilung“. Fehler werden situativ besprochen und ganzheitlich beleuchtet. Fachliche und methodische sowie soziale und mentale Kompetenzen und Hintergründe werden dabei berücksichtigt. Fehler werden nicht breit getreten und Mitarbeiter nicht bloß gestellt. Auftretende Konflikte werden zeitnah geklärt und bestmögliche Lösungsansätze erarbeitet. Ein Vier-Augen-Gespräch mit der Geschäftsleitung ist jeder Zeit möglich.

Entwicklungspotentiale

- gezieltere Ermittlung der Mitarbeiterbedarfe und Prüfung einer Mitarbeiterbefragung
- Personalentwicklung mit Schwerpunkt Fort- und Weiterbildung (intern wie extern)
- Ausbau des Mentorensystems zur Wissensweitergabe an neue Mitarbeiter
- Optimierung des Übergabeprozesses beim Ausscheiden eines Mitarbeiters

Bewertung: 5 Punkte (Erfahren)

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Die Achtung und Förderung der Gesundheit der Mitarbeitenden und die Einhaltung des Arbeitsschutzes sind für uns selbstverständlich. Dementsprechend vielfältig sind unsere Maßnahmen in diesem Bereich.

- Gesundheits-/Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung):
  1,5 %. Hinzu kam in 2016 eine langzeiterkrankte Mitarbeiterin.
- Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen:
  Diese Zahlen können nicht erhoben werden.
- Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle: keine
- In Anspruch genommene Angebote durch die Mitarbeitenden: Inhalte + Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden:
  - AOK Firmenlauf: 7 Teilnehmer (jeweils 30 Minuten plus individuelle Vorbereitungsläufe)
  - Mit dem Rad zur Arbeit: 3 Mitarbeiter mit jeweils 24 h / Jahr

Die B.A.U.M. Consult GmbH bietet jedem Mitarbeiter die Möglichkeit zur Arbeit im Home Office an. Durch das Home Office-Angebot werden nicht nur CO_2-Emissionen reduziert, sondern auch potentiell gesundheitsgefährdende Belastungen der Mitarbeiter durch das Pendeln bzw. lange Anfahrtszeiten minimiert. Die Arbeitszeiten können flexibel gestaltet werden und bieten damit Raum für bewegte Pausen.

Gefährdungsbeurteilungen am Arbeitsplatz werden regelmäßig durchgeführt. Bei der Bürogestaltung wird auf gesundheitsfördernde Arbeitsbedingungen geachtet, zum Beispiel durch ergonomische Bürostühle und eine Arbeitsplatzbeleuchtung in ausreichender Lux-Zahl. Auf Wunsch können Stehpulte oder höhenverstellbare Tische bekommen. Zu unseren Arbeitsbesprechungen werden regelmäßige gesunde Snacks wie Obst und Nüsse angeboten.

Für die Gesundheitsvorsorge steht uns ein Betriebsarzt zur Verfügung. Darüber hinaus besteht ein wöchentliches Präventivangebot (Rückenschule) im benachbarten Öko-Zentrum, an dem ebenfalls wir

teilnehmen können. Neben Mitmach-Aktionen wie Firmenläufe- und Radeln können die Mitarbeiter das Betriebsfahrrad für Fahrten in der Pause oder zu Kunden nutzen.

Entwicklungspotentiale

Weitere Gesundheitsförderung durch

- verbesserte interne Kommunikation: Wer ist Erste-Hilfe Beauftragter, Sicherheitsbeauftragter etc. (mit Bildern am Info-Board)?
- Erhöhung der Teilnehmeranzahl an Gesundheitsangeboten wie Firmenlauf & Mit dem Rad zur Arbeit etc.

Bewertung: 4 Punkte (Erfahren)

C1.3 Diversität und Chancengleichheit

- Demografische Verteilung der Mitarbeitenden im Unternehmen in Hinblick auf Dimensionen der Diversität
  - 10 Männer, 8 Frauen
  - Konfession: 7 evangelisch, 7 römisch-katholisch, 8 konfessionslos
  - Durchschnittsalter: 39,41 Jahre (Frauen: 39,36 Jahre, Männer: 39,45 Jahre)
- In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit/Diversität: Inhalte und Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden (siehe C 1.2)
- Gesellschaftliche Diversität des Umfelds (zumindest nach den Kerndimensionen von Diversität)
- Anzahl von Väter-/Mütter-Karenz in Monaten: 1 Mutter in Elternzeit (5,5 Monate in 2016)
- Nach den Dimensionen aufgeschlüsselte Anzahl von Neueinstellungen/Fluktuationen: Von den insgesamt 5 Abgängen waren drei männlich und zwei weiblich. Parallel wurden drei neue Mitarbeiter in Teilzeit eingestellt: zwei ehemalige männliche Werkstudenten und eine Frau.

In 2016 beschäftigte die B.A.U.M. Consult GmbH 18 fest angestellte Mitarbeitende (plus Werkstudenten, Praktikanten und Reinigungskraft). Die Geschlechterverteilung ist dabei relativ ausgeglichen: Im Dezember 2016 sind zehn männliche und acht weibliche festangestellte Beschäftigte bei der B.A.U.M. Consult GmbH tätig. Drei Beschäftigte haben einen Migrationshintergrund (Österreich, Syrien, Serbien). Für Geschäftsführung und die Mitarbeitenden gehört Chancengleichheit zum Selbstverständnis. Bei der Auswahl neuer Mitarbeitenden wird hauptsächlich nach Qualifikation entschieden.

Angebote des Arbeitgebers wie flexible Arbeitszeitmodelle und Homeoffice-Angebote stärken die Vereinbarkeit von Beruf und Familie beider Geschlechter, insbesondere aber der Frauen. Außerdem gibt es die Möglichkeit der Entgeltumwandlung für die betriebliche Altersvorsorge, es werden Sabbaticals ermöglicht und Beschäftigte individuell durch den Arbeitgeber unterstützt.

Entwicklungspotentiale

- Bei der zukünftigen Stellenbesetzung von Consulting-Positionen vermehrt Frauen berücksichtigen (bei gleicher Qualifikation)

Bewertung: 4 Punkte (Erfahren)

Negativ-Aspekt C1.4 Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Im Berichtszeitraum gab es einen Arbeitsrechtsprozess wegen einer betrieblich bedingten Kündigung. Es gibt keine menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen bei B.A.U.M. – hierzu liegen keine Beschwerden vor.

Entwicklungspotenziale:
Keine

Bewertung: 0 Pkt.

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

- Höchst- und Mindestverdienst *(innerbetriebliche Spreizung):* Das Verhältnis vom geringsten Verdienst zum höchsten Verdienst liegt unter 1:4.
- Medianverdienst: 3.000 EUR
- Arithmetisches Mittel: Festangestellte B.A.U.M.-Mitarbeitende verdienen bei einer Vollzeitstelle im Schnitt 4.000 Euro. Zusätzlich erhalten die Mitarbeitenden ein 13. Gehalt sowie fallweise umsatzabhängige Boni.
- Standortabhängiger “lebenswürdiger Verdienst” (für alle Betriebsstandorte): lebenswürdiger Verdienst für Standort Hamm ist gewährleistet

Entwicklungspotentiale
Ein Verfahren zur Selbstbestimmung des Verdienstes wird aktuell nicht verfolgt.

Bewertung: 6 Punkte (Erfahren)

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

Die reguläre Wochenarbeitszeit für eine Vollzeitstelle beträgt 40 Stunden.
Eine Vielzahl von Maßnahmen und Strukturen sorgt dafür, dass die Arbeitszeit möglichst effektiv und effizient ausgestaltet wird.

Mitarbeitende erfassen ihre Arbeitszeiten in einer speziellen Software (Microsoft Access). Überstunden werden hierdurch ersichtlich. Maximal 10 Prozent Überstunden gelten als vertraglich abgegolten. 2016 fielen im Durchschnitt 7 Prozent Überstunden an. Im Jahr 2016 waren dies 1.700 Stunden (davon fielen 500 Stunden auf die Geschäftsführung). Bei dieser Erhebung bleiben Werkstudenten und Praktikanten

unberücksichtigt, da diese ihre Stunden nicht in Access, sondern manuell auf Stundenzetteln erfassen. Es wird darauf geachtet, dass Werkstudenten und Praktikanten keine Überstunden machen.
Unterjährig ist es möglich, Überstunden abzubauen, die in Spitzenzeiten anfallen. Hier gelten individuelle Absprachen mit der Geschäftsführung. Dabei gilt, dass der Freizeitausgleich in der Regel nicht „en bloc" bzw. im Anschluss an längere Urlaube genommen werden sollte. Ausnahmen sind aber möglich, insbesondere bei Mitarbeitenden mit familiären Verpflichtungen (wie Abhängigkeit von den Schulferien). Selbstverständlich gelten die Zeitausgleichsregelungen ebenso für vorübergehend Beschäftigte wie Praktikanten.
Fallen dauerhaft mehr als 10 Prozent Überstunden an, muss der Freizeitausgleich beantragt werden. In diesem Zusammenhang erfolgt ein Gespräch mit der Geschäftsführung, um Maßnahmen zur Arbeitslastenverringerung einzuleiten.

Wir sind stets bemüht, pragmatische Lösungen zu finden, um die Arbeitslasten gerecht zu verteilen. Wir besprechen die Arbeitslastenverteilung situativ in unseren Jour Fixe-Terminen, in den jährlichen Mitarbeiterjahresgesprächen und informell im Büroalltag. Dabei dient unser Organigramm als Orientierungshilfe: abhängig von den betreffenden Mitarbeitenden und Projekten wird das Gespräch mit den jeweiligen Bereichsleitern gesucht.

Insgesamt herrscht ein hohes Maß an Selbstorganisation. Auf Wunsch haben alle Mitarbeitenden die Möglichkeit, an Veranstaltungen zu Themen jenseits des betrieblichen Kerngeschäfts teilzunehmen. Zudem sind die Arbeitszeiten so flexibel gestaltet, dass Zeit für ehrenamtliche Tätigkeiten und familiäre Verpflichtungen bleibt.

Entwicklungspotentiale

- Fortbildungen & Maßnahmen für einen bewussteren Umgang mit der Arbeitszeit (z.B. Zeitmanagement)
- Noch gezieltere Verteilung der Projektarbeiten auf Mitarbeitende mit freien Kapazitäten

Bewertung: 1 Punkt (erste Schritte)

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

- Auflistung aller möglichen Arbeitsmodelle: Voll- und Teilzeit möglich (Umfang nach individueller Absprache)
- Anzahl der Führungskräfte/Mitarbeitenden mit individuellen Arbeitsmodellen (z. B. Teilzeit, Jobsharing)

  Vollzeit: 7 Mitarbeitende (davon drei Führungskräfte)
  Teilzeit: 11 Mitarbeitende (davon zwei Führungskräfte)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:
Mitarbeitende haben die Möglichkeit, ihre Arbeitszeit individuell zu gestalten und diese der persönlichen Lebenssituation anzupassen. Angebote wie Voll- und Teilzeit, Home Office, situative Wechsel der Arbeitstage innerhalb einer Woche und die freie Gestaltung der Arbeitszeiten innerhalb der

Kernarbeitszeiten offerieren viel Spielraum für die persönliche Work-Life-Balance. Die Zufriedenheit der Mitarbeitenden mit diesen Angeboten ist entsprechend hoch.

Entwicklungspotentiale
Die Entwicklung eines Verfahrens zur Selbstbestimmung der Arbeitsmodelle steht derzeit nicht im Fokus von Mitarbeitenden und Geschäftsführung.

Bewertung: 6 Punkte (Erfahren)

Negativ-Aspekt C2.4 Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Indikatoren	**Angaben B.A.U.M. Consult GmbH**
Standortabhängiger "Lebenswürdiger Verdienst"	Lebenswürdiger Verdienst in Hamm ist gewährleistet
Gewinn	36.645,62 Euro
Mitarbeiter*innenanzahl	18 Festangestellte
Höchst- und Mindestverdienst	Einkommensspreizung 1:4
Anzahl der Pauschalverträge	Keine
Anzahl der Null-Stunden-Verträge:	Keine
Mindest- und Maximalvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden	Keine Zeitarbeitenden
Anzahl aller Beschäftigten (inkl. Zeitarbeitenden):	18 Festangestellte, 3 Werkstudenten, 2 Praktikantenstellen, 1 Reinigungskraft (450 Euro-Basis)
Anzahl der Zeitarbeitenden	Keine
Laufzeit von befristeten Arbeitsverträgen	ein bis zwei Jahre
Anteil von befristeten Arbeitsverträgen	6 in 2016 (drei junge Mitarbeiter/ Neueinsteiger sowie drei Werkstudenten)
Verlängerungspraxis von befristeten Arbeitsverträgen	Umstellung auf unbefristet, wenn es für beide Seiten passt (für Neueinsteiger); bei Werkstudenten läuft Vertrag regulär aus (in Vergangenheit des Öfteren Übernahme von Werkstudenten in Regelanstellung)

Die Zahlungen durch den Arbeitgeber erfolgen stets pünktlich und gewährleisten den Mitarbeitenden spätestens zum Ersten des Folgemonats den Zugriff auf den Verdienst. Reisekostenabrechnungen werden ebenfalls zeitnah bearbeitet, die Reisekostenüberweisung erfolgt zeitnah.

Entwicklungspotentiale: nicht relevant

Bewertung: keine Minuspunkte

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

- Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft: ca. 90 % (Kaffee, Milch, Obst & Snacks in der Regel in Bio-Qualität - wo möglich und praktisch handhabbar)

Die Mitarbeitenden können individuell und zu jeder Zeit die Küche mit diversen Koch- und Zubereitungsmöglichkeiten nutzen. Zur Aufbewahrung von frischen oder leicht verderblichen Lebensmitteln steht ein Kühlschrank zur Verfügung.

Da keine Kantine vorhanden ist, ist der Einfluss auf die Wahl der Lebensmittel, die sich die Mitarbeiter für ihre Mahlzeiten mitbringen, begrenzt. Allerdings findet in den Mittagspausen oft ein reger Austausch über nachhaltige Ernährungsgewohnheiten statt, so dass eine gegenseitige Sensibilisierung gefördert wird.

Für längere interne Gruppenbesprechungen wurde bisher immer Pizza bestellt. Seit der Neubesetzung des Sekretariats wurde die Idee verfolgt, frisch zu kochen. Die neue Mitarbeiterin kocht seither (bzw. seit 2016) selbst und achtet bei den Zutaten auf regionale Herkunft und vegetarische Alternativen.

Entwicklungspotentiale
Geplant ist eine Ergänzung der Maßnahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung durch gesunde Snacks für die Besprechungen.

Bewertung: 3 Punkte (Fortgeschritten)

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der Anreise mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß: 68 % mit Pkw, 32 % mit der Bahn

Unsere Reiserichtlinie sieht vor, dass alternative und umweltfreundliche Mobilitätsformen Vorrang haben. Als Anreiz bekommen die Mitarbeitenden die Bahncard 25, die Bahncard 50 (bei nachgewiesener betrieblicher Nutzung) sowie einen internen Bahnbonus.

Zudem besteht eine betriebsinterne Anreizpolitik mit Schwerpunkt Mobiles Arbeiten, um Wege zu vermeiden. Bei der internen Projektvergabe achten wir darauf, dass die Distanz zwischen Mitarbeiterwohnorten und Kundenstandorten möglichst gering ist. Schon heute führen wir Videokonferenzen durch, um lange Wege einzusparen (wo sinnvoll und vom Kunden oder Partner akzeptiert).

Des Weiteren steht den B.A.U.M.-Mitarbeitenden ein Betriebsfahrrad zur Verfügung. Einmal im Jahr beteiligen wir uns an der AOK-Aktion „Mit dem Rad zur Arbeit“.

Entwicklungspotentiale:

- Ausbau des Modal Split in Richtung Umweltverbund
  (z.B. auch durch Steigerung der Teilnahmequote „Mit dem Rad zur Arbeit“)
- Ausbau der Mitarbeiter- Fahrgemeinschaften bei Arbeitswegen

Bewertung: 5 Punkte (Erfahren)

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung

- Bekanntheitsgrad der Unternehmenspolitik zu ökologischem Verhalten in %:
  ca. 70 % kennen das Leitbild
- Akzeptanzgrad des ökologischen Betriebsangebots bei Mitarbeitenden in %:
  geschätzte 80 % (intrinsische Motivation ist insgesamt recht hoch)

Die Sensibilisierung und ökologische Bewusstseinsbildung ist bereits durch unser Kerngeschäft bei allen Mitarbeitenden verankert. Daher werden Mitarbeitende auch in ökologische Entscheidungs-prozesse einbezogen und ökologische Belange werden auf unterschiedlichen Ebenen regelmäßig thematisiert.

Unser Leitbild wurde vor einigen Jahren unter Beteiligung der Mitarbeitenden entwickelt und verabschiedet. Die Geschäftsführung und ein Großteil der Bereichsleiter leben ökologisches Verhalten authentisch vor und animieren dadurch zum Nachahmen.

Entwicklungspotentiale

- Aushang des Leitbildes und Weitergabe
- Einführung eines Qualitätsmanagementsystems

Bewertung: 6 Punkte (Erfahren)

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

Keinerlei Anleitungen oder gar Regelungen, die auf ökologisch schlechtere Handlungsweisen o.ä. abzielen

Bewertung: keine Minuspunkte

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

- Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung in %): ca. 50 %

Insgesamt herrscht ein hohes Maß an Offenheit: der Großteil der wesentlichen und relevanten Daten ist für alle Mitarbeitenden einsehbar (Bilanz mit Jahresabschluss, Umsatzzahlen, Protokolle und verständlich aufbereitete Präsentationen der Jahresergebnisse) bzw. wird an geeigneter Stelle kommuniziert.

Wenige Dokumente sind nicht einsehbar, z.B. Protokolle von Gesellschaftertreffen, Controllingordner der einzelnen Mitarbeiter (mit Zeiterfassungen und Zielvereinbarungen) sowie Gehälter der einzelnen Mitarbeitenden.

Entwicklungspotentiale
keine

Bewertung: 2 Punkte (Fortgeschritten)

C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

- Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/Gespräch/Mitgestaltung/ Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden: fünf

Die Hauptverantwortung liegt beim Geschäftsführer Johannes Auge. Die Geschäftsführung wird nicht über Mitentscheidung legitimiert. Eine konkrete Führungskräftebeurteilung erfolgt nicht. Allerdings kann konstruktive Kritik auf kurzem, nicht-hierarchischen Wege direkt geübt werden.

Die fünf Bereichsleiter bzw. Produktverantwortlichen wurden von der Geschäftsführung im Konsens mit den Mitarbeitenden bestimmt. Die Institution des „6er-Klubs“ eröffnet den Bereichsleitungen und Senior-Consultants viele Mitwirkungsmöglichkeiten: Der 6er-Klub ist ein beratendes Organ zur Unterstützung des Geschäftsführers und zur Mitgestaltung bei wichtigen Entscheidungen wie Personalrekrutierung bzw. anderen strategische Entscheidungen.

Entwicklungspotentiale

- Klarere interne Kommunikation der Aufnahmekriterien in den 6er-Klub

Bewertung: 2 Punkte (Erfahren)

C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

- Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden (in %): ca. 80-90 Prozent

Das Thema Mitarbeiterpartizipation hat traditionell einen großen Stellenwert für uns. Sowohl auf der strategischen als auch auf der operativen Ebene sorgen etliche „Institutionen“ für eine rege Mitarbeiterbeteiligung.

Einmal jährlich findet ein zweitägiges Strategietreffen und fünfmal jährlich ein „Big Jour Fixe“ statt. Der Big Jour Fixe wird dazu genutzt, Fortschritte und Herausforderungen im gesamten B.A.U.M.-Team zu besprechen. Über E-Mails, 14-tägliche Jour Fixe sowie internetbasierte Instrumente (wie z.B. die Online-Plattform Trello) ist es den Teams möglich, abteilungsübergreifend miteinander zu kommunizieren und verschiedene Themen zu steuern.

Auf Bereichsleiterebene werden die 6er-Klubtreffen genutzt, um aktuelle Herausforderungen und Anliegen sowie strategische und personelle Fragen mit der Geschäftsführung zu besprechen (siehe C4.2). Im Zuge dieser Besprechungen wird der Maßnahmenplan regelmäßig thematisiert und die fortlaufende Umsetzung kontrolliert.

Im Vorfeld der alljährlichen gemeinsamen Klausurtagung mit den weiteren B.A.U.M.-Gesellschaften („Big Tree“) und der internen Big Jour Fixe haben alle Mitarbeitenden die Möglichkeit, sich mit eigenen Themen einzubringen.

Anlässlich des Umzuges in die neuen Büroräumlichkeiten waren alle Mitarbeitenden dazu aufgerufen, sich an einem Ideenwettbewerb rund um das neue „B.A.U.M.-Haus“ zu beteiligen. Die besten Ideen wurden prämiert und größtenteils umgesetzt.

Entwicklungspotentiale

- Betriebliches Vorschlagwesen einführen
- Mentoring zur besseren Qualifizierung der jungen Mitarbeiter einführen, die dadurch Projekte selbst verantworten können.

Bewertung: 3 Punkte (Fortgeschritten)

Negativ-Aspekt C4.4 Verhinderung des Betriebsrates

Ein Betriebsrat ist nicht vorhanden. Eine Kultur der offenen Tür, kurze Kommunikationswege und etliche konkrete Maßnahmen (siehe C4.3) sorgen dafür, dass vielfältige Mitbestimmungs-möglichkeiten seitens der Mitarbeitenden bestehen.
Ein Ergebnis des 6er-Klubs ist die Bestimmung einer „Vertrauensperson“ im Team, die Mitarbeiterbeschwerden aufnimmt und vermittelnd zwischen Geschäftsführung und Mitarbeitenden agiert.

Entwicklungspotentiale

- Intensivere Kommunikation der Institution „Vertrauensperson“ an alle Kolleginnen und Kollegen (v.a. die neuen)

Bewertung: keine Minuspunkte

D1 Ethische Kund*innenbeziehungen

D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen

Nachfolgend zeigen wir eine Übersicht unserer Budgets für Marketing, Verkauf, Werbung (Ausgaben für Maßnahmen bzw. Kampagnen)

Marketingmaßnahmen	**Jahresbudget 2016 in Euro (netto)**
Website	1.606
Printmaterial (Grafik & Druck von B.A.U.M.-Broschüre und Präsentationsmappen)	1.756
Give-Aways (Energiesparthermometer)	580
Anzeigen (FUGE News, Westfälischer Anzeiger)	618
CSR-Netzwerk (Brancheneintrag und Mitgliedschaft)	495
Gesamt	**5.055**
Marketingmaßnahmen (Fremdleistungen)	**Ausgaben 2016 in Euro (netto)**
Dokumentationsbroschüren für die öffentlich geförderten Produkte ÖKOPROFIT und Mobil.Pro.Fit. (*Finanzierung aus Budgets der Kommunen und Ministerien. Abwicklung obliegt B.A.U.M; Kosten sind durchlaufende Posten)*	20.259 Euro

- Art der Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden: fixe und umsatzabhängige Bestandteile in %:

Alle BeraterInnen sind in die Akquise eingebunden. Unterstützt werden Sie durch eine Vertriebsmitarbeiterin (450 Euro-Kraft). Sie vereinbart Akquisetermine mit interessierten Betrieben und fasst gelegentlich telefonisch nach, wenn ein Rundschreiben versendet wurde.

Alle Mitarbeitenden erhalten ein Fixgehalt. Wer die Umsatzvorgaben übererfüllt (> 100 %), wird am Gewinn beteiligt. Weitere Faktoren wie Produktentwicklung und Beiträge zur Teamentwicklung fließen ebenfalls in die Berechnung der Gewinnbeteiligung ein. Ein indirekter Verkaufsdruck ist hierdurch gegeben.

- Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens:

Ja. Die Umsatzverpflichtung ist ein Steuerungsinstrument für Projektplanung. Die Umsatzvorgaben werden individuell zwischen Mitarbeitendem und Geschäftsführung festgelegt und sind u.a. abhängig von den Faktoren Verdienst und Erfahrung.

Neukundengewinnung

Neue Kunden für öffentlich geförderte Gruppenprojekte wie ÖKOPROFIT, Mobil.Pro.Fit. oder FamUnDo akquirieren wir gemeinsam mit den kommunalen Partnern (Stadtverwaltungen, Wirtschaftsförderungen, IHKen etc.) durch Ansprache der ortsansässigen Unternehmen (postalische und elektronische Anschreiben, Telefonakquise durch unsere eigene Vertriebsmitarbeiterin, Infoveranstaltungen, Unternehmensbesuche nach vorheriger Terminvereinbarung). Dabei greifen wir i.d.R. auf Adressbestände der Partner zurück.

Einzelprojekte wie die Durchführung von Energieaudits, die Erstellung von Klimaschutzkonzepten oder die Unterstützung bei einer Nachhaltigkeitsberichterstattung kommen durch vielfältige Wege zustande:

- unsere Mitstreiter aus der B.A.U.M.-Group sprechen uns an bzw. vermitteln Kontakte und Kunden (oftmals für Kooperationsprojekte innerhalb der B.A.U.M.-Group). Dabei greift die B.A.U.M. Consult Hamm nicht automatisiert auf Kontakte der anderen B.A.U.M. Consult-Standorte bzw. des B.A.U.M. e.V. zu. Kontaktdaten werden auf Wunsch der jeweiligen Unternehmen bzw. potentiellen Kunden an uns weitergegeben.
- Mund-zu-Mund-Propaganda
- Präsenz von B.A.U.M. auf Fachveranstaltungen
- Rundmails an bestehenden Verteiler (datenschutzkonform bzw. mit Einwilligung der Angeschriebenen)

Die Werbemaßnahmen selbst gestalten wir gleichsam informativ und aktivierend. Wir versprechen nur, was geleistet werden kann und erheben uns nicht über Marktbegleiter. Uns kommt zugute, dass die B.A.U.M.-Group bereits ein gutes Renommé in der deutschen Nachhaltigkeitsszene erlangt hat.

Permission Marketing (gewünschte Werbung) haben wir bisher nicht explizit im Blick. Wir bewegen uns in jedem Fall im rechtlichen Rahmen und behandeln die Daten innerhalb der B.A.U.M.-Group jederzeit vertraulich.

Stammkundenbetreuung

Eine systematische Kundenpflege erfolgt bis dato noch nicht. Punktuell werden Kunden per Newsletter, Rundschreiben oder gelegentlich per Telefon (vom persönlichen Berater) auf neue Projekte (z.B. mobil gewinnt) bzw. Marktentwicklungen (Verpflichtungen zur Durchführung eines Energieaudits) hingewiesen. Dabei legen wir viel Wert darauf, dass die gestreuten Informationen möglichst zielgerichtet bei der Zielgruppe ankommen.
Der Großteil unseres Adressdatenbestandes besteht aus Daten von ÖKOPROFIT-Betrieben, deren Adressen in den Abschlussbroschüren veröffentlicht werden. Zusätzlich besteht die Möglichkeit des Opt-Ins: Neuinteressenten können sich in den Newsletter-Verteiler aufnehmen lassen.

Kundennutzen vor Umsatzstreben?

Der Kundennutzen steht bei uns an allererster Stelle. Intern besteht wenig Verkaufsdruck, da es auch keine Form der Sanktionierung gibt. Entsprechend kundenorientiert können wir arbeiten und bieten den Kunden nur jene Dienstleistungen an, die ihm nützen. Das kann auch dazu führen, dass wir von gewissen Angeboten aus unserem Portfolio „abraten“.

Die größte Kundengruppe stellen die ÖKOPROFIT-zertifizierten Betriebe dar. Sie erhalten viermal im Jahr unseren ÖKOPROFIT-Newsletter. Dieser wird in Zusammenarbeit mit zwei Marktbegleitern aus NRW (Wert-Sicht GmbH und EnviroPro) erstellt. Wechselseitige Hinweise auf Angebote der Partner sind hier selbstverständlich. Im Vordergrund stehen allerdings Neuigkeiten aus dem ÖKOPROFIT-Netz NRW sowie Fachinformationen und Veranstaltungs- bzw. Wettbewerbshinweise. Der Newsletter kann jederzeit abbestellt werden. Diesem Wunsch entsprechen wir umgehend.

Bei pressewirksamen Veranstaltungen wie den ÖKOPROFIT-Auszeichnungsevents stehen die Betriebe im Mittelpunkt des Interesses. B.A.U.M. bleibt hier im Hintergrund und wirbt nicht für sich.

Gänzlich neue Produkte wie „ÖKOPROFIT konzernweit“ bieten wir i.d.R. nur ausgewählten Stammkunden persönlich an. Im Vordergrund steht hier die Übereinstimmung von Angebot und Kundennutzen.

Berücksichtigung ethischer Aspekte bei Werbung / Verkaufsprozess

Eine explizite Ethikrichtlinie für den Verkauf wurde noch nicht entwickelt. Allerdings achten wir darauf, die Werbeausgaben möglichst gering und die Werbefrequenz niedrig zu halten. Kundendaten behandeln wir vertraulich und geben Sie nicht an externe Organisationen weiter. So wird der quartalsweise erscheinende ÖKOPROFIT-Newsletter von uns und unseren Marktbegleitern nur an den jeweils eigenen Verteiler verschickt. Auf die Erstellung eines für alle Marktbegleiter einsehbaren Gesamtverteilers wurde verzichtet.

Eingehen auf Kundenwünsche und Reklamationen

Das Büro in Hamm ist werktags rund um die Uhr besetzt. Kundenanfragen und-reklamationen können hier jederzeit aufgenommen und an die zuständigen Stellen im Haus weitergeleitet werden. Die BeraterInnen sind auch bei auswärtigen Terminen mobil erreichbar und rufen zeitnah zurück.

Im außergewöhnlichen Falle von Reklamationen bzw. Unzufriedenheit von Kunden wird das persönliche Gespräch gesucht und gemeinsam eine pragmatische Lösung gesucht. Selbstverständlich bieten wir in derartigen Fällen eine Nachbearbeitung an. Gezielte Zufriedenheitsabfragen erfolgen regelmäßig (v.a. im Rahmen von Verbundprojekten durch Bewertung Workshops etc.)

Im Rahmen der ÖKOPROFIT-Workshops und-Klubs werden Themenwünsche seitens der Kunden berücksichtigt.

Nach Beendigung des Kundenauftrages besteht seitens der Kunden keinerlei weitere Bindung oder Verpflichtung, Folgeprojekte zu beauftragen.

Bestandskunden werden genauso behandelt wie Neukunden.

Entwicklungspotentiale

- Systematisches CRM: Bsp. jährliches Kundenbindungsevent (B.A.U.M. tischt auf)
- Systematischere Auseinandersetzung mit dem Thema Permission Marketing

Bewertung: Fortgeschritten (2 Pkt.)

D1.2 Barrierefreiheit

- Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innen-Gruppen gekauft wird: 70 Prozent (Verbundprojekte ÖKOPROFIT, Mobil.Pro.Fit. und FamUnDo mit Preisstaffeln)

Preisstaffelung

Zu unserem Kundenkreis zählen schwerpunktmäßig KMU aus NRW. Insbesondere kleinere Unternehmen und gemeinnützige Institutionen wie karitative Einrichtungen, Kirchengemeinden, Schulen und Kitas profitieren von unserer Preisstaffelung für die kommunalen Verbundprojekte ÖKOPROFIT, (ÖKOPROFIT Mini), Mobil.Pro.Fit. und FamilyProfit. Sie zahlen niedrigere Teilnahmegebühren als Großunternehmen, erhalten dabei aber gleichwertige Dienstleistungen (individuelle Vor-Ort-Beratung und Teilnahme an Workshops mit anderen Unternehmen). Insgesamt wird in den Verbundprojekten auf ein ausgewogenes Verhältnis von großen und kleinen Unternehmen geachtet.

Auch bei Angeboten für Einzelaufträge/-projekte berücksichtigen wir i.d.R. die Betriebsgröße und passen den Tagessatz entsprechend an – allerdings noch nicht systematisch.

Wo notwendig und inhaltlich passend, weisen wir auf geeignete begleitende Förderprogramme hin und unterstützen bei der Antragstellung.

Information & Kommunikation

In der Regel führen wir im Vorfeld neuer Projektrunden von ÖKOPROFIT Informationsveranstaltungen für interessierte Unternehmen und Einrichtungen durch, um offene Fragen zu klären. Üblich ist zudem, dass unsere Berater für kostenlose Erst-/Informationsgespräche zu den Betrieben fahren, um die Einstiegsschwelle so niedrig wie möglich zu halten. Unterstützt werden wir dabei oftmals von den kommunalen Partnern wie z. B. dem Kreis Recklinghausen, der beispielsweise gezielt Schulen und Kitas anspricht und zur Teilnahme an ÖKOPROFIT motiviert. Insgesamt achten wir in Informationsgesprächen auf eine klare, verständliche Sprache, damit auch Menschen mit geringeren Bildungshintergründen oder mit anderer Muttersprache unsere Produkte verstehen. Preise werden in diesem Rahmen transparent kommuniziert. Weiterführende ausführliche Informationen können der ÖKOPROFIT-Website entnommen werden. Auch auf unserer B.A.U.M.-Website kommunizieren wir das Projekt entsprechend.

Der Großteil unserer Berater kann sich auch auf Englisch verständigen. Da wir in der Regel nicht mit international agierenden oder im Ausland ansässigen Unternehmen zusammenarbeiten, ist der Bedarf an fremdsprachigen Kenntnissen bisher gering.

Durch Kooperation mit kommunalen/städtischen Institutionen informieren wir KMU und benachteiligte Kundengruppen wie Bildungseinrichtungen über unsere Verbundprojekte. Besagte Kundengruppen verfügen oftmals nur über begrenzte oder gar keine Personalressourcen für Fragen des Umwelt-/Energie-/Nachhaltigkeitsmanagements und Öffentlichkeitsarbeit. Durch gezielte Aufklärung über die Vorteile einer Teilnahme (z.B. Senkung der jährlichen Betriebskosten und Fortschritte im betrieblichen Umweltschutz) und die Subventionierung des Projektes ÖKOPROFIT durch das Land NRW bzw. die

beteiligten Kommunen können auch weniger finanzstarke Institutionen/Betriebe und jene ohne Zugang zu unseren Informationen am Projekt partizipieren.

Wann immer es nötig ist, erklären wir unsere Angebote und Verträge dezidiert und unterstützen potentielle Kunden/Projektteilnehmer beim Ausfüllen unserer Verträge.

Unserer B.A.U.M.-Website www.baumgroup.de können interessierte Kunden alle relevanten Infos zu unserem Unternehmen und unseren Produkten entnehmen. Die Website wurde von allen fünf B.A.U.M.-Standorten gemeinsam konzipiert. Aufgrund der Vielschichtigkeit der Tätigkeiten der einzelnen Standorte beinhaltet die Website eine Fülle von Informationen. Aktuell weist unsere Websitearchitektur eine recht tiefe Verzeichnisebene auf, die das Auffinden von Informationen ggf. etwas erschwert.

In Fragen der Websiteoptimierung steht stets der Wunsch nach Konsens aller B.A.U.M.-Standorte im Fokus. In der Praxis führt dies dazu, dass identifizierte Verbesserungspotentiale erst nach zeitlich langem Vorlauf umgesetzt/gehoben werden können.
Optimierungsbedarf sehen wir bei der optischen Anpassung der Website (z.B. Farbkontraste), der kontinuierlicheren Pflege von Inhalten sowie der benutzerfreundlicheren Adaption der Website für mobile Endgeräte. All diese Aspekte sind relevant für eine möglichst barrierearme Website. Ein erster Schritt in diese Richtung war die Weiterbildung einer Mitarbeiterin zum Thema Barrierefreiheit im Internet.

Barrierefreier Kundenverkehr
Unsere Büroräumlichkeiten sind teilweise barrierefrei. Kunden mit körperlichen Beeinträchtigungen können das Erdgeschoss unseres dreigeschossigen Bürogebäudes barrierefrei erreichen. Hier befinden sich auch unsere Besprechungsräume für Kundengespräche.

Entwicklungspotentiale

- Akkreditierung bei der BAFA, um Kunden die Inanspruchnahme von Förderprogrammen für KMU (z.B. BAFA-Programm zur Förderung unternehmerischen Know-hows) zu erleichtern
- Reduzierte Teilnahmegebühren für Unternehmen mit Nachhaltigkeitszertifizierungen (Nachhaltigkeitsbericht nach Standards wie Deutscher Nachhaltigkeitskodex, Global Reporting Initiative und GWÖ; Nachweis eines Umweltmanagementsystems nach 14001 oder EMAS)
- Barrierearmes Navigationskonzept für Unternehmens-Website

Bewertung: 5 Punkte (Erfahren)

Negativ-Aspekt D1.3 Unethische Werbemaßnahmen

Anteil der Werbeausgaben, die auf ethische und unethische Kampagnen entfallen:

Keine

Entwicklungspotentiale:
Keine

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen

Darstellung des Aufwandes beim Erstellen von P/D unter Aspekt Kooperation	**Jahreswert**
Investierter Zeit- und/oder Ressourcenaufwand für in Kooperation erstellte P/D mit gleicher Zielgruppe	mind. 500 h
Investierter Zeit- und/oder Ressourcenaufwand für in Kooperation erstellte P/D der gleichen Branche mit regional anderer ZG	mind. 402 h
Investierter Zeit- und/oder Ressourcenaufwand für insgesamt erstellte P/D	mind. 500 h
Verhältnis Kooperation zu gesamtem Zeitaufwand für Erstellung der P/D	2 % (500 h von 25.900 Arbeitsstd. der Mitarbeitenden inkl. Werkstudenten)

Kooperation ist ein Wesensmerkmal der gesamten B.A.U.M.-Group. Seit Gründung der einzelnen B.A.U.M. Consult-Gesellschaften in Deutschland arbeiten die Standorte eng zusammen, entwickeln gemeinsame regionale und überregionale Projekte, tauschen regelmäßig Wissen und führen Kundenaufträge in Kooperation durch. Ein reger Austausch und Kooperationen mit dem B.A.U.M. e.V. und unserem Partnerunternehmen, dem Öko-Zentrum NRW werden ebenfalls gepflegt.

Beispiele aus der Praxis (2016):

1) Gemeinsame Entwicklung und Durchführung von Mobil.Pro.Fit., einem Beratungs- und Qualifizierungsprojektes für nachhaltige Mobilität in der Wirtschaft. Beteiligte Gesellschaften: B.A.U.M. Consult Hamm mit B.A.U.M. Consult Berlin/München, dem B.A.U.M. e.V.
2) Wissensaustausch und-transfer innerhalb der B.A.U.M.-Group: regelmäßige Telkos der Geschäftsführer und gemeinsames jährliches Strategietreffen aller B.A.U.M.-Mitarbeitenden
3) Gemeinsame Vermarktung der B.A.U.M.-Group
4) Vernetzung mit diversen weiteren ÖKOPROFIT-Beratern aus NRW (Wert-Sicht GmbH, EnviroPro, Wessling-GmbH und Udo Westermann (future e.V.)). zur Stärkung und Verbreitung des Produktes ÖKOPROFIT. In diversen Kommunen wie Düsseldorf, Aachen, Kreis Steinfurt und Münster führen wir die ÖKOPROFIT-Beratungen und-Workshops gemeinsam durch. Die Inhalte für den quartalsweise erscheinenden ÖKOPROFIT-Newsletter gestalten wir zusammen – reihum ist ein Unternehmen hauptverantwortlich für die Redaktion und übernimmt die Zusammenstellung und Aufbereitung der Infos und Bilder.
5) Auch in unseren anderen Verbundprojekten kooperieren wir intensiv mit Marktbegleitern wie EcoLibro (Mobil.Pro.Fit.) oder a tempo beratung & coaching (FamUnDo) und teilen aktiv Wissen, Informationen und auch Umsätze.

Auf zivilgesellschaftlicher Ebene kooperieren wir mit:

- B.A.U.M. e.V.
- International Network for Environmental Management (INEM) e.V.
- Verbände für nachhaltige Mobilität (DEPOMM e.V., NiMo e.V)
- Bundesverband mittelständische Wirtschaft

Entwicklungspotentiale

- Stärkeres Engagement im Bundesverband für Mittelständische Wirtschaft pro Nachhaltigkeit

Bewertung: 6 Punkte (Erfahren)

D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen

Wie viele Arbeitskräfte bzw. Mitarbeiter*innenstunden wurden an Unternehmen anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

- Keine

Wie viele Arbeitskräfte bzw. Mitarbeiter*innenstunden wurden an Unternehmen der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

- Eine unserer Mitarbeiterinnen hat im Jahr 2015 zu 2/5 für B.A.U.M. Consult München gearbeitet. Ab 2016 wurde diese Mitarbeiterin vollständig von B.A.U.M. Consult München beschäftigt.

Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen **anderer Branchen** bzw. der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

- Gesamtanzahl unserer Projekte im Jahr: ca. 30-40. Bei geschätzt 20 Prozent der Projekte sind Partner (inkl. andere B.A.U.M. Consult-Gesellschaften) involviert.
- Bsp. Mitwirkung von Partnern in ÖKOPROFIT-Projekten sowie bei Mobil.Pro.Fit. (2016 abgeschlossen), Rechtsvorschriftenservice mit Anteilen von B.A.U.M. Consult Berlin.

Wie hoch beläuft sich die Summe an Finanzmittel, die an Unternehmen …

- anderer Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?
  0 EUR
- der gleichen Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?
  Von rund 1,2 Mio. Euro Umsatz sind etwa 200.000 bis 300.000 Euro Fremdkosten, die uns von Partnerunternehmen berechnet worden sind. D.h. etwa 20% des Gesamtumsatzes.

Wie bereits in D2.1 dargelegt, ist Kooperation mit Mitunternehmen eine Selbstverständlichkeit für uns. Dies drückt sich auch darin aus, dass wir Aufträge weitergeben, teilen oder bei finanziellen oder personellen Engpässen aushelfen. Beispiele:

- Mobil.Pro.Fit.: Auftrag geteilt mit B.A.U.M. e.V. und B.A.U.M. Consult Berlin/München
- FamUnDo: Auftrag geteilt mit a tempo beratung & coaching
- B.A.U.M.-internes Marketing: die B.A.U.M.-Consult-Gesellschaften unterstützen sich regelmäßig und gegenseitig bei der Websitepflege und Erstellung von Werbematerialien wie Produktinfoblättern. Wir als B.A.U.M. Consult Hamm verfügen beispielsweise über Lizenzen für professionelle Grafikprogramme und gestalten bei Bedarf Werbematerialien für die anderen Standorte, schneiden Bilder für die Website zu, erstellen Visitenkarten etc.
- ÖKOPROFIT: Aufträge in diversen Kommunen werden mit Marktbegleitern geteilt. Zusätzlich übernehmen wir die Pflege der gemeinsamen Website www.oekoprofit-nrw.de und entlasten damit unsere Mitunternehmen personell als auch finanziell.
- Wenn ein anderer B.A.U.M. Consult-Standort in finanzieller Not ist, helfen wir uns gegenseitig mit Übergangskrediten aus.

Entwicklungspotentiale

Bewertung: 7 Punkte (Vorbildlich)

Negativ-Aspekt D2.3 Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Kein Missbrauch der Marktmacht und daher auch keine Entwicklungspotentiale

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

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

Unser Leitbild gibt die Richtung vor: die Reduzierung negativer ökologischer Auswirkungen ist im Geschäftsmodell verankert.

Ökologische Auswirkung durch Inanspruchnahme unserer Dienstleistung „Umweltberatung“ sind vorrangig positiver Natur und damit ökologisch konsistent. Die positiven ökologischen Effekte sind teilweise sehr genau bekannt, da die auf Kundenseite ergriffenen klimafreundlichen Maßnahmen genau bilanziert und ausgewertet werden, insbesondere im Fall von ÖKOPROFIT.

Der Vergleich zu ähnlichen Produkten oder Dienstleistungen anderer Anbieter ist kaum möglich, da der Nutzen immer individuell abhängig vom Kunden und seinen Möglichkeiten ist. Insbesondere der ganzheitliche Ansatz von ÖKOPROFIT mit der Fokussierung auf alle ökologisch relevanten Bereiche wie Energie, Abfall, Wasser und sonstige Ressourcen befördert eine gesteigerte Effizienz.

Reisen zu Beratungsterminen haben bei uns die größten variablen ökologischen Auswirkungen. Im Zuge der Erstellung unserer Entsprechenserklärung nach DNK (Deutscher Nachhaltigkeitskodex) wurden unsere ökologischen Auswirkungen (gefahrene km, CO_2-Verbrauch etc.) bereits erfasst. Eine Reihe von Anreizen minimiert den Anteil von klimaschädigender Mobilität unserer Berater*innen (Reiserichtlinie, Bahnbonus, verbesserte Arbeitsorganisation mit Telefon- und Videokonferenzen, mehrere Termine an einem Tag & Ort).

Den Bahnbonus erhalten jene Mitarbeitenden, die beim Zurücklegen der Dienstwege die Bahn nutzen. Zur Berechnung des Bonus wird ein Kostenvergleich gezogen. Die aus den Bahnfahrten resultierende Ersparnis gegenüber einer Pkw-Fahrt wird zu 50 % als Bahnbonus an die Mitarbeitenden ausgezahlt.

Dennoch sehen wir hier noch Spielraum für Verbesserungen.

Entwicklungspotentiale

- Weitere Anreize zum Umstieg auf den Umweltverbund (z.B. Mobilitätsbudget für jeden Mitarbeiter, Mitarbeitersensibilisierung)
- Nutzung der Elektromobilität für Dienstreisen und Arbeitswege bei Einsatz CO_2-freien Stroms
- Klimaneutralität: Kompensation von Dienstreisen (über Atmosfair o.a.) und klimaneutrale Workshops

Bewertung: 7 Punkte (Erfahren)

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

Unser Geschäftsmodell fußt auf dem Ansatz des vorsorgenden Umweltschutzes und dem Leitbild einer nachhaltigen Entwicklung. Beides schlägt sich daher in unseren Dienstleistungen (Beratungsangeboten) nieder.

Im Rahmen unserer Verbundprojekte ÖKOPROFIT und Mobil.Pro.Fit. stehen neben Effizienzansätzen auch die Suffizienz im Mittelpunkt der Beratung. Wir sensibilisieren unsere Kunden individuell und in Workshops zu maßvoller Nutzung von Ressourcen wie Wasser, Energie etc. Gemeinsam spüren wir Einsparpotentiale auf und überlegen mit dem Betrieb, welche Anreize zur Suffizienzsteigerung bzw. Veränderung des Mitarbeiterverhaltens initiiert werden können (Bsp. Reiserichtlinie pro ÖPNV & Carsharing, Ideenwettbewerbe, Nachhaltigkeitstage für Mitarbeiter). Die Erfolgsbilanzen der einzelnen ÖKOROFIT-Projektrunden und konkreten Maßnahmenprogramme der teilnehmenden Unternehmen sind auf der ÖKOPROFIT-Website einsehbar. Interessierte Betriebe nehmen nach Erhalt ihres ÖKOPROFIT-Zertifikates an unseren ÖKOPROFIT-Klubs teil, um am Thema nachhaltige Entwicklung weiterzuarbeiten. Hier liefern wir kontinuierlich neue Impulse zu Themen wie Cradle2Cradle, Gemeinwohlökonomie usw.

Wir beraten den Kunden gerne Vor-Ort, um die betriebsindividuellen Potenziale möglichst genau zu identifizieren und uns selbst ein Bild zu machen. Jedoch wird auch jeder Termin nutzenbezogen abgewogen und „überflüssige“ Fahrten vermieden. So wird den Betrieben bspw. bei vier halben zur Verfügung stehenden Beratertagen angeboten, zwei ganze Beratertage in Anspruch zu nehmen.

Wir raten in der Beratung von Käufen ab, wenn es suffizienzfördernde Alternativen gibt. Vor Ort in den Unternehmen wägen wir stets ab, ob Prozessoptimierungen bzw. die Mitarbeitersensibilisierung ökologisch gleichwertige oder gar bessere Effekte erzielen als Neuanschaffungen von technischen, energieeffizienteren Geräten. (z.B. ein Drucker pro Etage ersetzt mehrere Drucker am Arbeitsplatz). Hier gilt es, die so genannten Rebound-Effekte als Insuffizienzen im Blick zu behalten. In diesem Kontext kann überprüft werden, ob die Rebound-Effekte ausreichend intensiv an die Kundschaft kommuniziert werden.

Entwicklungspotentiale

- Wegevermeidung: Verstärkte Durchführung von Video- und Telefonkonferenzen statt Reisen zum Kunden
- Thema Suffizienz in ÖKOPROFIT-Workshops zur verstärkten Bewusstseinsbildung noch mehr Raum geben
- Thema Suffizienz in der Außenkommunikation berücksichtigen

Bewertung: 7 Punkte (Vorbildlich)

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

Keine

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

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

KundInnen haben vielfältige Möglichkeiten zur Mitsprache und Mitentscheidung. Der Draht zur Geschäftsführung ist direkt und kurz. Auch die jeweiligen Berater können direkt angerufen werden. Die Durchwahlen sind auf der Website und der E-Mail-Signatur veröffentlicht.

Der Grad der Mitentscheidung hängt stark vom betreffenden Kundenprojekt ab.

In individuellen Einzelberatungen fällt es leichter, Kundenideen aufzugreifen als in standardisierten Produkten wie ÖKOPROFIT, Mobil.Pro.Fit. oder FamilyProfit. Aber auch in den Verbundprojekten offerieren wir die Möglichkeit, Anregungen und Verbesserungsideen einzubringen.

Verbesserungsvorschläge der Betriebe können jederzeit artikuliert werden und fließen – wo möglich – in die Optimierung der Dienstleistung ein. Dabei variieren die Wege bis zur Umsetzung:

- Das ÖKOPROFIT-Konzept stammt aus Graz und wird deutschlandweit einheitlich angewandt. Einmal jährlich finden Treffen der Berater und teilnehmenden Kommunen statt. Hier werden strategische Fragen diskutiert und Neuerungen gemeinsam beschlossen. Diese Plattform wird auch genutzt, um gesammelte Verbesserungsideen einfließen zu lassen.
- Weiterentwicklungen wie „ÖKOPROFIT konzernweit“ resultieren konkret aus dem Kundenbedürfnis heraus, ein unternehmensinternes ÖKOPROFIT mit mehreren Standorten durchführen zu wollen. Die Inhalte sind dabei variabler als beim kommunal angebotenen Standardprodukt ÖKOPROFIT
- Im Rahmen des ÖKOPROFIT-Klubs haben die teilnehmenden Unternehmen ebenfalls Spielraum zur Mitentscheidung: durch Mitbestimmung von Nachhaltigkeitshemen für die Netzwerktreffen können wir Kundenwünschen nachkommen.
- Unser ÖKOPROFIT-Kunde Aquapark Management ist mit dem Wunsch an uns herangetreten, das ÖKOPROFIT-Konzept unternehmensintern anzuwenden. In intensivem Austausch wurde das auf das Unternehmen zugeschnittene Konzept „ÖKOPROFIT Konzernweit“ entwickelt.
- Gemeinsam mit der IHK Dortmund haben wir ein Modul zu „Nachhaltiger Mobilität“ entwickelt, welches in die Energiescout-Ausbildung der IHK eingeflossen ist.
- Gemeinsam mit der Deutschen Gesellschaft für Qualität wurde ein Weiterbildungsmodul im Bereich Energie entwickelt.

Entwicklungspotentiale

Kontinuierliche Beteiligung der Kunden sicherstellen

Bewertung: 5 Punkte (Erfahren)

D4.2 Produkttransparenz

Interessenten finden auf unserer Website www.baumgroup.de ausführliche inhaltliche Informationen zu unseren Leistungen. In der Regel veröffentlichen wir keine Preise, da wir die Angebote individuell an die Kundenwünsche anpassen. Unsere individuellen Angebote sind detailliert und machen alle Kosten transparent. Über die Darstellung der zu erwartenden Reisekosten für Fahrten mit dem Pkw oder/und der Bahn lassen sich die Auswirkungen auf die Gesellschaft durch Inanspruchnahme unserer Beratung ermitteln.

Bei den Standardprodukten wie ÖKOPROFIT verhält es sich wie folgt: auf der Homepage www.oekoprofit-nrw.de wird das Projekt näher vorgestellt. Durch eine Verlinkung auf die jeweiligen Kommunen erhalten Interessenten die Möglichkeit, sich detaillierter zu informieren. Die Transparenztiefe auf den kommunalen Webseiten sowie die Teilnahmegebühren variieren dabei. Die Preise können in jedem Fall bei unseren Projektleitern bzw. den kommunalen Ansprechpartnern direkt erfragt werden. Die Interessenten erhalten dann ein Infoblatt mit der entsprechenden Preisstaffel. In den Akquiseterminen erhalten die potentiellen Kunden ohnehin einen Kosten- und Leistungsüberblick. In diesem Rahmen machen die kommunalen Vertreter transparent, welchen Anteil der Kosten sie fördern. Auch im Angebot sind die Leistungen dezidiert angeführt, aber nur pauschal quantifiziert.

Transparenz ist u.a. auch dadurch gegeben, dass den Teilnehmern unserer Verbundprojekte stets alle Vorträge aus den Workshops im Nachgang zur Verfügung gestellt werden (inklusive Kontaktdaten der Referenten). In den Protokollen der Vor-Ort-Beratungstermine sind außerdem alle Projektschritte und vereinbarten Maßnahmen schriftlich festgehalten.

Entwicklungspotentiale

- Intern diskutieren, ob Preisstaffeln der einzelnen ÖKOPROFIT-Kommunen auf der ÖKOPROFIT-Website veröffentlicht werden können

Bewertung: 3 Punkte (Fortgeschritten)

Negativ-Aspekt D4.3 Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Nicht relevant.

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

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

Bedürfnisse	**Geschätzter Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes**
Erfüllung der Grundbedürfnisse	0
Statussymbol bzw. Luxus	0
Dienen zur Entwicklung der Menschen	20
Dienen zur Entwicklung der Erde/Biosphäre	20
Lösen sozialer oder ökologischer Probleme laut UN	60
Einfachnutzen der Produkte bzw. Dienstleistungen	0
Mehrfachnutzen der Produkte bzw. Dienstleistungen	100
Hemmender Pseudonutzen der P/D	0
Negativnutzen der P/D	0

Unser Geschäftsmodell dient dem Erhalt unserer Lebensgrundlagen und schafft Sinn. Dieser Anspruch mündet in Angeboten für die Wirtschaft und Kommunen, die auf die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung abstellen – durch Strategien und Maßnahmen für eine zukunftsfähige Energieversorgung, Ressourcenschonung, Klimaschutz, Mitarbeiterpartizipation, Kooperationen und Gedeihen der Unternehmen und Kommunen selbst.

Beispiele für die Erfüllung von Grundbedürfnissen

- Förderung des nachhaltigen Wirtschaftens durch Energieeffizienz- und Klimaschutzmaß-nahmen als Risikovorsorge, Beitrag zur Existenzsicherung von Unternehmen, insbesondere von KMU (Begleiteffekt: Arbeitsplatzsicherung)
- FamUnDo: Gesundheitsförderung als ein Aspekt der Vereinbarkeit von Beruf und Familie
- Keine Dienstleistungen mit sozialen, ökologischen und gesundheitlichen Risiken
- Dienstleistungen tragen zur Lösung von ökologischen und sozialen Problemen bei: Erhöhung von Energie- und Ökoeffizienz, Work-Life-Balance, Lieferantenmanagement (z.B. SEDEX-Ethikaudit nach SMETA
- Gruppenworkshops mit buntem Methodenmix fördern das kreative Schaffen
- eigenständige Maßnahmenentwicklung durch die Betriebe im Rahmen von Gruppen-projekten fördert das kreative Schaffen und leistet Beitrag zur Mitarbeiterpartizipation
- Vermittlung von Know-How an die Beteiligten bei den Gruppenprojekten. Diese werden befähigt, selbst Lösungen zu finden und das Wissen in das Unternehmen zu tragen

Beispiele für Beiträge zur Entwicklung der Menschen

- Durchführung von Gruppenprojekten mit Weiterbildungscharakter (ÖKOPROFIT, FamUnDo, Mobil.Pro.Fit.): Beitrag zur persönlichen Weiterentwicklung der Mitarbeiter und Förderung von Kooperation & Vernetzung zwischen Unternehmen verschiedenster Branchen und Größen

Beispiele für die Lösung sozialer und ökologischer Probleme

- Förderung des nachhaltigen Wirtschaftens dient dem Erhalt unserer Lebensgrundlagen
- Erfüllung folgender UN-Sustainable Development Goals:
    - SDG Nr. 4: Hochwertige Bildung (Vermittlung von detailliertem Umwelt- und Nahhaltigkeits-Know-how in Workshops der Erwachsenenbildung)
    - SDG Nr. 5: Geschlechtergleichstellung (Förderung Vereinbarkeit von Beruf und Familie durch FamUnDo)
    - SDG Nr. 7: Bezahlbare und saubere Energie (Information über und Hinwirken auf den Einsatz erneuerbarer Energien in zahlreichen Projekten zum Energiemanagement, ÖKOPROFIT, DGQ Kursen)
    - SDG Nr. 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum (Lieferantenmanagement zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Lieferkette, Zukunftssicherung von Unternehmen durch Nachhaltiges Wirtschaften)
    - SDG Nr. 9: Industrie, Innovation und Infrastruktur. Förderung der nachhaltigen Mobilität durch öffentlich geförderte Programme zum Betrieblichen Mobilitätsmanagement (Mobil.Pro.Fit. und mobil gewinnt)
    - SDG Nr. 11: Nachhaltige Städte und Gemeinden. Bps. Kommunale Klimaschutzkonzepte
    - SDG Nr. 12: Verantwortungsvoller Konsum und Produktion. Bsp. Verbreitung C2C, Kerngeschäft: vorsorgender Umweltschutz / Cleaner Production, Sensibilisierung zu Suffizienz in Gruppenprojekten (ÖKOPROFIT etc., maßvolle Nutzung von Ressourcen) und Energieprojekten
    - SDG Nr. 13: Maßnahmen zum Klimaschutz. Bsp. SDG ist Kern des Projektes ÖKOPROFIT
    - SDG Nr. 17: Partnerschaften zur Erreichung der Ziele. Bsp. Kooperation innerhalb der B.A.U.M.-Group, mit diversen Marktbegleitern und Zusammenarbeit in Konsortien

Beispiele für Mehrfachnutzen:

- Gruppenprojekte ÖKOPOFIT, Mobil.Pro.Fit. und FamUnDo erfüllen mehrfachen positiven Nutzen (s.o. Entwicklung der Menschen plus Erhalt der Lebensgrundlagen (individuell und der Welt)

Kunden von B.A.U.M. sind äußerst divers und kommen aus allen Branchen. Dementsprechend variieren auch die Geschäftsmodelle und angebotenen Produkte und Dienstleistungen hinsichtlich ihres Beitrags zum guten Leben. Unser Ansatz ist, durch unsere Angebote einen Beitrag zum Nachhaltigen Wirtschaften in den Unternehmen zu leisten und somit positive Mehrwerte für die Menschen, Natur und Gesellschaft zu schaffen.
In ethischen Zweifelsfällen wird im Team eine Lösung gefunden.

Entwicklungspotentiale

- Kommunikation der SDG-Erfüllung in unseren Workshops und auf der B.A.U.M.-Website

Bewertung: 8 Punkte (Vorbildlich)

E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Überblick über Anzahl und Art der Aktivitäten/Maßnahmen sowie erreichte Menschen:

- Art und Anzahl der Aktivitäten & Maßnahmen
  - Insgesamt 29 (siehe Tabelle S. 51)
- Anzahl der erreichten Menschen
  - direkt erreichte Menschen (Projektteilnehmer): 370
  - indirekt erreichte Menschen (Unternehmensbeschäftigte & Bürger): ca. 78.500

Aktivität	Wirkung der Maßnahmen	Erreichte Interessensgruppen außerhalb des Unternehmens	Ø Anzahl der Aktivitäten pro Jahr	Ø Anzahl der Teilnehmer pro Jahr
ÖKOPROFIT (regionales Gruppenprojekt)	- Förderung des Umweltschutzes und der nachhaltigen Entwicklung im Betrieb - Einsparung von Umweltressourcen (Energie, Wasser, Abfall), Sensibilisierung im Umgang mit Gefahrstoffen, Verbesserung des Umwelt-managements - Zusätzlich Kampagnen-charakter mit Publikation über die erzielten Ergebnisse = Breitenwirkung	Private und öffentliche Unternehmen und Einrichtungen	ca. 10 Projektrunden	Pro Projektrunde 2.200 Teilnehmer bei Ø 11 teil-nehmenden Betriebe (mit Ø 200)Mitarbeit ern). Gesamt: rd. 22.000 MA)
Mobil.Pro.Fit. (regionales Gruppenprojekt)	- Förderung einer nachhaltigen Mobilitätsgestaltung im Betrieb - Verkehrsvermeidung, Effizienzsteigerung, Verlagerung von Verkehr auf umweltfreundliche Verkehrs-mittel und Sensibilisierung der Mitarbeiter bei Arbeits- und Dienstwegen - Zusätzlich Kampagnen-charakter mit Publikation über die erzielten Ergebnisse = Breitenwirkung	Private und öffentliche Unternehmen und Einrichtungen	6 Projektrunden	ca. 40 teil-nehmende Betriebe mit Ø 250 Mitarbeitern (= rd. 10.000 MA)
FamUnDo (regionales Gruppenprojekt)	- Förderung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie - Maßnahmen zur Fachkräfte-sicherung und-gewinnung - Sensibilisierung für Themen wie familienbewusstes Führen, Pflege von Angehörigen, Kinderbetreuung, Burnout-prävention u.a. - Zusätzlich Kampagnen-charakter mit Publikation über	Private und öffentliche Unternehmen und Einrichtungen	1 Projektrunde	Acht teilnehmende Betriebe mit rd. 6.300 Mitarbeitern

	die erzielten Ergebnisse = Breitenwirkung			
Dreitägige Ausbildung von Energiemanagern (Kooperation mit Deutsche Gesellschaft für Qualität)	- Qualifizierung von Beschäftigten zum sorgsamen Umgang mit Energieressourcen - Energieeinsparungen, Förderung des Einsatzes erneuerbarer Energien, Klimaschutz - Durch die Umsetzung der vermittelten Ansätze und Maßnahmen (Energie-management) erweitert sich der Kreis der erreichten Zielgruppen (MA in Betrieben)	Mitarbeiter aus Unternehmen	acht Seminare	rd. 100 Teilnehmer
Berufliche Fortbildungen im Nachhaltigkeits-Management (in Kooperation mit B.A.U.M. e.V.)	- Qualifizierung von Beschäftigten in Nachhaltigkeitsfragen - Durch die Umsetzung der vermittelten Ansätze und Maßnahmen erweitert sich der Kreis der erreichten Zielgruppen (MA in den Betrieben)	Mitarbeiter aus Unternehmen	drei Seminare	rd. 24 Teilnehmer
Lehrauftrag „Change Management“ an der Hochschule Hamm-Lippstadt (Ausbildung)	- Ausbildung von Studierenden in Nachhaltigkeits- und Energiefragen - Durch die Umsetzung der vermittelten Ansätze und Maßnahmen erweitert sich der Kreis der erreichten Zielgruppen (MA in den Betrieben)	Studierende	Ein Lehrauftrag mit zwei Semesterwochenstunden	ca. 80 Studierende
Kommunale Klimaschutz-konzepte (Beratung, Erstellung von Gutachten, Moderation)	- Konzepterstellung zur Verbesserung des Klima-schutzes in Regionen und Kommunen - Klimaschutz, Energieeffizienz, Einsatz erneuerbarer Energien - zusätzlich Kampagnen-charakter mit Präsentation der Ergebnisse in der Lokalpolitik und der damit verbundenen Öffentlichkeitsarbeit	Mitarbeiter der Ver-waltung, Unternehmen am Standort, Einwoh-ner der Kommunen	Ein Auftrag für die Stadt Kamen	Stadt mit rd. 40.000 Einwohnern

Im Kern erreichen wir mit unseren Beratungsangeboten Unternehmen und deren Mitarbeitende sowie Kommunen mit den darin lebenden Bürger*innen. Mit dem von uns vermittelten an der Praxis orientierten Wissen zum betrieblichen Umweltschutz und zu anderen Nachhaltigkeitsthemen sensibilisieren wir gleichzeitig für private Handlungsoptionen und für grundlegende Verhaltens-änderungen an, die der Allgemeinheit zu Gute kommen (z.B. durch ökologischeres Verhalten wie bewusster Konsum, suffizienteres Mobilitätsverhalten o.ä.).

Konkrete Anreize und Ideen zur Verbesserung des individuellen CO_2-Abdrucks sind:

- Wissenstransfer in Workshops

- Praxis-Selbsttest „Aktion 10 Kleine Dinge“ im Rahmen des ÖKOPROFIT-Klubs
- Testwochen zur Nutzung von E-Autos oder Pedelecs im Rahmen von Mobilitätsberatungen

Diese Impulse unterstützen dabei, vom Wissen zum Handeln zu kommen. Das im beruflichen Kontext Erlernte und Eingeübte kann auf das private Leben übertragen werden.

Über das Wahrnehmen von Bildungsaufträgen wirken wir zusätzlich in Bildungsinstitutionen hinein. Hierdurch tragen wir zur Vermittlung von Wissen zu nachhaltigen Themen bei jungen Menschen bei. Beispielhaft sei hier der Lehrauftrag (Change Management) an der Hochschule Hamm-Lippstadt (HSHL) genannt. Ähnliches gilt für die Weiterbildung von Auszubildenden zu Energiescouts im Rahmen eines gemeinschaftlichen Angebots mit der IHK Dortmund. Das Erlernte zu Ressourcen- und Energieeffizienz wird von jungen Menschen im Idealfall auf den privaten Kontext übertragen.

Gruppenprojekte wie FamUnDo tragen zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen wie der verbesserten Vereinbarkeit von Beruf und Familie bei. Betriebe werden angeregt, Arbeitszeiten zu flexibilisieren, Infrastrukturen für mobiles Arbeiten zu schaffen und bei der Suche nach geeigneten Angeboten für Kinderbetreuung und Pflege von Angehörigen zu unterstützen. Beschäftigte und deren Familien erleben dadurch spürbare Verbesserungen im Alltag.

Entwicklungspotentiale

- Fortführung und Ausweitung der Gruppenprojekte auf neue Zielgruppen, Kommunen etc.

Bewertung: 8 Punkte (Vorbildlich)

Negativ-Aspekt E1.3 Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

- Keine unethischen Produkte oder Dienstleistungen von B.A.U.M. Consult
- Angaben zu Kund*Innenanteil: In ethischen Zweifelsfällen wird im Team eine Lösung gefunden. So wurde bereits einmal ein potentieller Kunde aus der Waffenindustrie abgelehnt.

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

E2.1 Steuern und Sozialabgaben

- Umsatz: 1,3 Mio. Euro
- Gewinn: 36.645,62 Euro
- Angaben zur Nettoabgabenquote:

		Beträge in EUR
Nettoabgaben	Ertragssteuern	11.944,42
	lohnsummenabhängige Steuern und SV-Beiträge des Arbeitgebers	111.746,51
	Differenz aus Brutto- und Nettolohnsumme (Summe der	333.394,04

	Lohnsteuer und SV-Beiträge der unselbstständig Beschäftigten)	
	+ Freiwillige Leistungen	1.597,98
Abzgl. Subventionen	- Subventionen (Förderung aus EU-Mitteln für Gruppenprojekt Mobil.Pro.Fit.)	40.000,00
SUMME Nettoabgaben		418.682,95
in Relation zu Wertschöpfung	Gewinn vor Steuern plus Fremdkapitalzinsen	48.590,04

Wir schaffen Arbeitsplätze und beschäftigen 18 Mitarbeitende als Festangestellte. Für sie führen wir Sozialversicherungsbeiträge ab und leisten damit einen wertvollen Beitrag zum Gemeinwesen.

Entwicklungspotentiale
Falls wirtschaftlich darstellbar: Schaffung weiterer sozialversicherungspflichtiger Arbeitsplätze.

Bewertung: 1 Punkt (Erste Schritte)

E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

Lokalen Unternehmen und Einrichtungen wie Schulen oder Kindergärten wird eine vergünstigte oder teilweise kostenlose Teilnahme an bestimmten (ÖKOPROFIT-)Projekten gewährt. Im Jahr 2016 wurde im Kreis Recklinghausen vier gemeinnützigen Einrichtungen (1 Schule, 3 Sportvereine) 55 Prozent Rabatt und einer Schule 30 Prozent Rabatt auf die ÖKOPROFIT-Teilnahmegebühren gewährt.

Außerdem werden gewisse Einsparungen, die z.B. durch das Nicht-Drucken von Weihnachtskarten erzielt werden, an gesellschaftlich relevante oder/und lokale Organisationen gespendet. In 2016 betrug das Spendenaufkommen 0,15 Prozent des Gesamtumsatzes.

Der Geschäftsführer der B.A.U.M. Consult GmbH engagiert sich in einem Umfang von 10 bis 15 Stunden im Jahr in kommunalen Arbeitskreisen wie z.B. dem Klimaschutzstab der Stadt Hamm oder dem Forum für Umwelt und Gerechtigkeit (FUgE) in Hamm.
Auch die B.A.U.M.-Mitarbeitenden stärken das Gemeinwesen durch vielfältiges ehrenamtliches Engagement außerhalb ihrer Arbeitszeit. Sechs Mitarbeitende haben im Jahr 2018 insgesamt geschätzte 468 Stunden gemeinnützige Arbeit geleistet: in der Flüchtlingshilfe, im Forum für Umwelt und Entwicklung, in der Solidarischen Landwirtschaft, im Natur- und Gewässerschutz, in Arbeitskreisen zu Elektromobilität, in Klimabeiräten, in der Pflege von Angehörigen und in der Mitwirkung in schulischen Elternvertretungen.

Entwicklungspotentiale

- Prüfen der Förderung des gesellschaftlichen Engagements der Mitarbeitenden (Corporate Citizenship) durch Freistellung von Mitarbeitenden

Bewertung: 2 Punkte (Fortgeschritten)

Negativ-Aspekt E2.3 Illegitime Steuervermeidung

Nicht relevant: keine illegitime Steuervermeidung

Negativ-Aspekt E2.4 Mangelnde Korruptionsprävention

Nicht relevant: Keine Parteispenden, keine Lobby, keinerlei Korruptionsvorfälle.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie

Übersicht der Umweltkonten:

Umweltkonten	**Verbräuche**
Strom	10.020 kWh (100 % Naturstrom, aus regenerativen Energien)
Wärme	15.636 kWh (= 2.380 l Flüssiggas)
Treibstoffe – Dienstreisen mit dem Pkw (Gesamt 77.532 km)	Diesel: 2.326 l Benzin: 2.714 l
Treibstoffe – Arbeitswege der Mitarbeitenden mit dem Pkw (Gesamt 53.523 km)	Diesel: 1.606 l Benzin: 1.873 l
Wasser	57 m^3
Restabfall	0,078 t
Bioabfall	0,26 t
Wertstoffe	0,08 t
Papierabfall	1,77 t
Papierverbrauch (davon 97,5 % Recyclingpapier):	39.500 Blatt
Putzmittelverbrauch	~ 9 l (Flüssigreiniger und Spülmaschine)
Tonerkassetten	6 Stk.
Kaffee (Fair Trade)	22 kg

Energieverbrauch, und hier insbesondere die Dienstfahrten sind als Schwerpunkte des Ressourcenverbrauchs bei der B.A.U.M. Consult GmbH zu nennen.

Die B.A.U.M. Consult GmbH hat mithilfe des Bilanzierungstools ECOSPEEDBusiness eine Treibhausgasbilanz erstellt. Die THG-Emissionen in der Übersicht:

- Scope 1 (direkte THG-Emissionen): Flüssiggasheizung der Verwaltung mit 3,66 t CO_2

- Scope 2 (indirekte energiebezogene THG-Emissionen): eingekaufter Öko-Strom (von Naturstrom AG) mit 0 t CO_2
- Scope 3 (weitere indirekte energiebezogene THG-Emissionen):
  - Dienstreisen mit Pkw & Bahn: 19,43 t CO_2
  - Pendlerwege der Mitarbeitenden zum Büro mit Pkw und Bahn: 12,71 t CO_2

Insgesamt emittierten wir somit 35,8 Tonnen CO_2. Das entspricht rd. 1,98 Tonnen CO_2 pro Mitarbeitendem. Somit setzen wir 0 Wertungspunkte in der Wirkungskategorie „Klimawandel: CO_2-Äquivalent der ausgestoßenen Gase.

Entwicklungspotentiale

- Reduktion der CO_2-Emissionen in Scope 3 (Mitarbeitermobilität), siehe auch C3.2
- Prüfung von Klimakompensation

Bewertung: 6 Punkte (Erfahren)

E3.2 Relative Auswirkungen

Da wir als Dienstleister keine materiellen Produkte herstellen, ist ein Branchenvergleich bzw. Abgleich mit dem Stand der Technik schwierig und nicht immer offensichtlich, messbar. Der Vergleich mit anderen Beratungsunternehmen durch die DNK Datenbank hat ergeben, dass es bei dem Verbrauch von Ressourcen wie z.B. Papier keine gravierenden Unterschiede gibt. Auch beim Hauptposten „Dienstfahrten“ und somit beim Kraftstoffverbrauch ließen sich keine nennenswerten Abweichungen feststellen.

Insgesamt ist festzuhalten, dass B.A.U.M. durch den Bezug von 100 % Ökostrom im Vergleich zu anderen Beratungsunternehmen gut aufgestellt ist und die ökologischen Auswirkungen insgesamt eher gering im Vergleich zum Branchenstandard gehalten werden können.

Entwicklungspotentiale

- Vorreiterrolle in der Branche anstreben und Trendsetter werden (z.B. im Bereich Elektro-Mobilität)

Bewertung: 3 Punkte (Fortgeschritten)

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

Keine (nicht relevant)

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

E4.1 Transparenz

Im Jahr 2016 haben wir eine Entsprechenserklärung nach dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex veröffentlicht. Dieser Standard schafft eine erste Transparenz zu vielen Belangen der Nachhaltigkeit und wird vom DNK-Team formal auf Plausibilität und Vollständigkeit überprüft. Der Bericht ist über die DNK-Website bzw. Datenbank einfach zugängig. Von unserer Website aus verlinken wir zur DNK-Datenbank.

Mit dem vorliegenden Gemeinwohlbericht und dem damit verbundenen externen Audit gehen wir einen Schritt weiter und berichten vollumfänglich über unsere ökosozialen Auswirkungen und Aktivitäten.

Entwicklungspotentiale

- Veröffentlichung des finalen Auditberichts auf den Webseiten von GWÖ & B.A.U.M. Consult nach

Bewertung: 8 Punkte (Vorbildlich)

E4.2 Gesellschaftliche Mitentscheidung

Zur Identifizierung der wesentlichen Berührungsgruppen hat die B.A.U.M. Consult GmbH eine Stakeholderanalyse durchgeführt. Dazu wurden die relevanten Berührungsgruppen anhand der Kriterien Nähe, Bedeutung und mögliches Konfliktpotential für B.A.U.M. Consult GmbH bewertet. Die wichtigsten Berührungsgruppen sind basierend auf dieser Bewertung die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie die Kunden. Weitere Berührungsgruppen sind die übrigen B.A.U.M.-Standorte in Berlin, Hamburg, München und Stuttgart sowie die B.A.U.M.-Gesellschafter / Geschäftsführer und der B.A.U.M. e.V.

Berührungsgruppen im gesellschaftlichen Umfeld wie Nachbarn und Bürger*innen sind für uns als Beratungsunternehmen weniger relevant: unsere unternehmerischen Handlungen haben auf diese Gruppen in der Regel keinen Einfluss.

Dennoch besteht die Möglichkeit, jederzeit mit uns in den Dialog zu treten. Bürger*innen finden unsere Kontaktdaten auf unserer Website www.baumgroup.de. Unsere Mitarbeitenden sind für alle Anfragen erreichbar. Unser Büro in Hamm-Heessen kann ebenfalls besucht werden.

Im Rahmen unseres Umzugs im Jahr 2016 haben wir uns bei den benachbarten Gewerbetreibenden vorgestellt. Im Laufe des Jahres wurde bei uns im Haus die Idee einer gemeinsamen Ladesäuleninfrastruktur für Elektrofahrzeuge entwickelt und sind dazu in einen Austausch mit unseren Nachbarn gegangen.

Entwicklungspotentiale

Einladung von Schulklassen, um Einblicke in unser Unternehmen zu gewähren.

Bewertung: 3 Punkte (Erste Schritte)

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

Keine entsprechenden Vorfälle.

Ausblick

Kurzfristige Ziele

Welche kurzfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 1-2 Jahre)?

- Generierung erster Kundenaufträge zur Unterstützung und Begleitung auf dem Weg zur Gemeinwohlbilanz
- Gründung einer GWÖ-Regionalgruppe in Dortmund

Langfristige Ziele

Welche langfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 3-5 Jahre)?

- Bilanzierung weiterer B.A.U.M.-Standorte
- Ausbildung weiterer B.A.U.M.-Mitarbeitender zu Gemeinwohlberater*innen

EU-Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen

(EU COM 2013/207)

Im Mai 2014 stimmte der Ministerrat der EU einer Richtlinie zu, die noch in nationales Recht umzusetzen ist. Die offenzulegenden Informationen (obligatorisch ab 500 Mitarbeitenden) sind

- Beschreibung des Geschäftsmodells. Was ist der Zweck des Unternehmens, womit wird Nutzen gestiftet für Kunden, wodurch werden Gewinne erwirtschaftet.

  Siehe Unternehmensvorstellung und Aspekt E1

  Welche Politiken verfolgt das Unternehmen, um die Einhaltung der gebotenen Sorgfalt in **Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelangen, zur Achtung der Menschenrechte und zur Bekämpfung von Korruption** zu gewährleisten?

- Was sind die primären Risiken der Geschäftsprozesse in diesen Bereichen?
- Was sind die primären Risiken der Geschäftsbeziehungen, Produkte und Dienstleistungen in diesen Bereichen?
- Wie werden diese Risiken gehandhabt? Mit welchen Ergebnissen?
- Offenlegung relevanter nicht-finanzieller Leistungsindikatoren

Wir verwenden den GWÖ-Berichtsstandard für die Erfüllung der non-financial-reporting-Vorgaben, weil der GWÖ-Berichtsstandard universell, messbar, vergleichbar, allgemeinverständlich, öffentlich und extern auditiert ist.

Statement der B.A.U.M. Consult GmbH Hamm

Die B.A.U.M. Consult GmbH Hamm begrüßt den Vorstoß der EU, mit der CSR-Berichtspflicht einen Hebel geschaffen zu haben, der die Leistungen von Unternehmen für die Gemeinschaft sichtbar macht. Der Berichtsstandard der Gemeinwohlökonomie-Bewegung geht partiell noch über die Anforderungen anderer Berichtsstandards wie GRI und DNK hinaus und ermöglicht durch die Bewertung der einzelnen Matrix-Themen eine bessere Vergleichbarkeit. Die verpflichtende externe Überprüfung (entweder durch Peerevaluierung oder Audit) stellt ein weiteres Alleinstellungs-merkmal des Gemeinwohlberichtsstandards dar.

Die B.A.U.M. Consult ist nicht von der CSR-Berichtspflicht betroffen. Auf freiwilliger Basis hat sie im Jahr 2017 die Entsprechenserklärung nach DNK veröffentlicht. Dieser Standard erfüllt die Anforderungen zur Rechtskonformität mit dem CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz. Mit dem vorliegenden Gemeinwohlbericht gehen wir noch einen Schritt weiter und berichten deutlich umfassender und ganzheitlicher über unsere gemeinwohlorientiere Praxis.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Der Prozess begann im Frühjahr 2017 mit der Vorstellung des Konzeptes der Gemeinwohlbilanz für einen Kreis von ca. 15 Personen, bestehend aus Geschäftsführung und Mitarbeitenden.

In der Folge fanden mehrere Arbeitstreffen und Meetings zwecks Kommunikation des Zwischenstands und gemeinsamer Bewertung statt:

- Kick-Off: Vorstellung der GWÖ und ihrer Ziele
- Regelmäßiges Reporting zum Status Quo in unseren Teambesprechungen (v.a. Big Jour Fixe)
- Mitarbeiterworkshop zur Bewertung der einzelnen Aspekte
- Datenabfragen bei KollegInnen

Intern involviert waren folgende Mitarbeitende:

Name	**Funktion**	**Aufgabe im Erstellungsprozess**
Hanna Yabroudi	Consultant	Hauptkoordination, Datenbeschaffung, interne Kommunikation, Berichtserstellung
Verena Zimara	Consultant	Unterstützung bei Datenrecherchesammlung und-aufbereitung, Redigieren des Berichts-entwurfes
Susanne Düsterhus	Teamassistentin	Datenlieferung
Gudrun Engelhardt	Consultant und Produktmanagerin Nachhaltigkeit	Abgleich mit DNK und inhaltliche Abstimmungen, Redigieren des Berichtsentwurfes
Johannes Auge	Geschäftsführer	Datenlieferung & inhaltliche Abstimmungen, Redigieren des Berichtsentwurfes

Begleitet wurde der Prozess von einer Peer-Gruppe im Rahmen des GWÖ-Lernweges. Mitglieder dieser Peer-Gruppe waren:

- Tobias Daur, Fa. Lands, Münster
- Helmut Kähler, Schuldnerberater im Ruhestand, Celle
- Ulrich Lang, Fa. WeShare IT, Laufen

Thematisch-fachliche Unterstützung zur Bilanzerstellung erfolgte durch zwei Lernweg-Ausbildungsleiterinnen im Rahmen der GWÖ-Beraterausbildung.

- Ulrike Häussler (GWÖ-Auditorin, GWÖ-Beraterin)
- Gitta Walchner (GWÖ-Auditorin, GWÖ-Beraterin)

Eine gewisse Herausforderung beim Prozess der Berichterstellung bestand in der Umstellung der Berichtsmatrix von 4.1 zu 5.0 im Frühjahr 2017 durch das Matrix-Entwicklungsteam der GWÖ. Dies führte zu Mehraufwänden in der Anfangsphase.

Insgesamt fielen intern rund 300 Stunden Aufwand an.

Der Berichtsentwurf durchlief zwei Korrekturschleifen und wurde von den o.g. Consultants redigiert. Die Zwischenfassungen sowie die abschließende Version waren in elektronischer Form jederzeit für alle Mitarbeitenden in einem zentral abgelegten Ordner auf dem gemeinsamen Server einsehbar.

Nach dem Audit ist eine interne Ergebnispräsentation geplant. Damit verbunden sein wird die Einrichtung von kleineren Arbeitsgruppen, die die identifizierten Entwicklungspotentiale bewerten und in die Umsetzung bringen sollen.

Hamm, 15. Oktober 2018