Gemeinwohl-Bericht

B.A.U.M. Consult GmbH

Vollbilanz nach Gemeinwohl-Matrix 5.1

Berichtszeitraum: 01.01.2019 bis 31.12.2021

Erstellungsdatum: 22.09.2023

Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Informationen zum Unternehmen	**1**
Kurzpräsentation des Unternehmens	**2**
Produkte / Dienstleistungen	**2**
Das Unternehmen und Gemeinwohl	**2**
Testat	**5**
A Lieferant*innen	**6**
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	**6**
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	**15**
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	**19**
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	**21**
B Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen	**23**
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	**23**
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	**31**
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	**33**
B4 Eigentum und Mitentscheidung	**36**
C Mitarbeitende	**38**
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	**38**
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	**50**
C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	**59**
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	**65**
D Kund*innen und Mitunternehmen	**70**
D1 Ethische Kund*innenbeziehungen	**70**

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen 78

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen 84

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz 88

E Gesellschaftliches Umfeld 92

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen 92

E2 Beitrag zum Gemeinwesen 101

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen 106

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung 111

Ausblick 115

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz 115

Anhang 117

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname:	B.A.U.M. Consult GmbH
Rechtsform:	
Eigentum- und Rechtsforms:	GmbH
Website:	
Branche:	S - Andere Dienstleistungen
Firmensitz:	Hamm, Deutschland
Gesamtanzahl der Mitarbeitenden:	17 Personen plus Werkstudent:innen und Praktikant:innen
Vollzeitäquivalente:	10,88 FTE
Saison- und Zeitarbeitende:	0 Personen
Umsatz:	1.160.070,46 €
Jahresüberschuss:	11.117,75 €

(Diese Werte beziehen sich auf das letzte vollständige (Geschäfts-) Jahr 2021.)

Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen:

Berichtszeitraum: 01.01.2019 bis 31.12.2021

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

Produkt / Dienstleistung	Anteil am Umsatz (in %)
ÖKOPROFIT inkl. ÖKOPROFIT-Klubs	34,1
Energiemanagement und-beratung	10,56
Mobilitätsberatungen	12
Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagement	11,23
Kommunaler Klimaschutz	24,2
FamilyProfit (FamUnDo)	1,75
Fortbildungen	6,16

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Welchen Bezug hat Ihr Unternehmen zur Gemeinwohl-Ökonomie?

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:in oder Mitarbeiter:in.

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.

Das Leitbild wurde 2012 gemeinsam mit der Belegschaft entwickelt und soll bis zum Jahr 2022 erneut in einem beteiigungsorientierten Prozess aktualisiert werden. Damit kann der geänderten Beschäftigtenstruktur und der Weiterentwicklung der Organisation Rechnung getragen werden.

Seit 2016 sind wir offizieller Schulungspartner des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK). Unsere erste DNK-Entsprechenserklärung für das Berichtsjahr 2016 bildete ein gutes Fundament für unsere eigene erste Gemeinwohlbilanz, die eine logische Konsequenz unserer täglichen Arbeit, unserer Werte und Überzeugungen ist. Unsere zweite DNK-Erklärung fokussiert das Berichtsjahr 2018.

Welche Aktivitäten bzw. welches GWÖ-Engagement gab es im letzten Jahr vor der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz?

Zukünftig möchten wir auch unsere Kunden beim Entwicklungsprozess hin zu einem GWÖ-Unternehmen unterstützen. Dies gewährleisten wir, indem wir weiterhin eine gemeinwohlorientierte Ausrichtung verfolgen und das Engagement einer Mitarbeiterin mit GWÖ-Beraterschein im beruflichen und ehrenamtlichen Kontext unterstützen.

Im Fokus steht insbesondere die lokalpolitische Netzwerkarbeit im Dortmunder Raum im Sinne der Gemeinwohlökonomie. Daraus resultierte unter anderem die Anbahnung der Schirmherrschaft des Dortmunder Oberbürgermeisters Ullrich Sierau für Aktivitäten mit GWÖ-Bezug, wie z.B.

- Impuls zur Gemeinwohl-Ökonomie im Rahmen unseres jährlichen Kundenbindungsevents "B.A.U.M. tischt auf" am 7.11.2018 mit ca. 40 Teilnehmer:innen

- Organisation von Gemeinschaftsständen der GWÖ-Regionalgruppen Ennepe-Ruhr-Wupper, Dortmund und Münsterland auf der Messe Fair Friends in Dortmund

- Konzeption und Durchführung der Veranstaltung "Werte schaffen: Unterm Strich eine positive Bilanz" am 9.3.2019 mit Christian Felber, lokaler Wirtschaft, Kooperationspartner:innen Wirtschaftsförderung Dortmund, IHK zu Dortmund und Stadt Dortmund sowie GWÖ-Regionalgruppen aus NRW; ca. 100 Teilnehmer:innen

Auch in Hamm fördert B.A.U.M. die Verbreitung der Gemeinwohl-Ökonomie, z.B. im Rahmen der FUgE-Veranstaltung "Die Gemeinwohl-Ökonomie – Ein Wirtschaftsmodell der Zukunft. Vortrag und Forum mit Christian Felber" am 19.10.2020.

Wer ist die Kontaktperson im Unternehmen für die GWÖ (inkl. Kontaktdaten)?

Hanna Yabroudi, h.yabroudi@baumgroup.de

A Lieferant*innen

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche Produkte/ Dienstleistungen werden zugekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferant*innen ausgewählt?
- Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette evaluiert?
- Wie wird geprüft, ob Verstöße gegen die Menschenwürde bei den Lieferant*innen vorliegen?
- Wie wird auf Lieferant*innen eingewirkt, um die Menschenwürde gegenüber ihren Berührungsgruppen stärker zu leben?
- Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

Berichtsantwort

Unserem Selbstverständnis als verantwortungsvoll agierendem Unternehmen folgend, achten wir bei der Beschaffung auf möglichst nachhaltige Produkte und Dienstleistungen. Dafür orientieren wir uns an glaubwürdigen Gütesiegeln, wählen möglichst Lieferant:innen aus Deutschland und unserer Region mit entsprechendem Portfolio und Praktiken und recherchieren bzw. prüfen nachhaltige Alternativen. Unsere kontinuierlichen Nachhaltigkeitsberichterstattungsprozesse und geschäftsmodellbedingte intensive Auseinandersetzung mit sozial und ökologisch verträglichem Handeln stärken unsere gelebte Praxis nachhaltiger Beschaffung zusätzlich und regen die Reflexion unserer Kaufentscheidungen beständig an.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der zugekauften Produkte/ Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen

2021:

Branche	Ausgaben (in €)
H - Verkehr und Lagerhaltung	16.380
M - Freiberufliche, wissenschaftliche und technische Dienstleistungen	13.490
S - Andere Dienstleistungen	37.899
S - Andere Dienstleistungen	4.348
N – Administrative & unterstützende Dienstleistungen	17.244
Übrige Lieferanten	15.524

2020:

Branche	Ausgaben (in €)
H - Verkehr und Lagerhaltung	20.732
J - Information und Kommunikation	14.535
N - Administrative und unterstützende Dienstleistungen	22.930
S - Andere Dienstleistungen	37.098
S - Andere Dienstleistungen	8.012
Übrige Lieferanten	18.445

2019:

Branche	Ausgaben (in €)
H - Verkehr und Lagerhaltung	39.006
S - Andere Dienstleistungen	36.184
N - Administrative und unterstützende Dienstleistungen	23.543
J - Information und Kommunikation	11.900
I - Beherbergung und Gastronomie	4.697
Übrige Lieferanten	12.954

Anteil der eingekauften Produkte/ Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden

2021: 50 %

2020: 50 %

2019: 50 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Der Berichtszeitraum stand unter dem Eindruck der Corona-Pandemie und den daraus resultierenden brüchigen Lieferketten. Unsere Wunschware war teilweise nicht lieferbar. Daher musste zeitweilig auf "konventionelle" Anbieter zurückgegriffen werden, z.B. durch Bestellung des Büromaterialbedarfs über Otto Office anstelle des nachhaltigen Versandhandels Memo. Unsere Verbrauchsmaterialien wie Kaffee oder Zucker für die Küche haben wir weiterhin in Fair Trade-

Qualität beschaffen können und damit zu fairen Arbeitsbedingungen in den Herstellländern beitragen können.

Unser Spielraum beim Einkauf von IT-Hardware war im Pandemiezeitraum besonders begrenzt. Wegen der Lieferengpässe haben wir benötige Ware vor allem nach dem Kriterium Verfügbarkeit beschaffen müssen. Nachhaltigkeitskriterien sind dabei zeitweilig und notgedrungen in den Hintergrund getreten.

Mitarbeiter:innen haben mittlerweile die Möglichkeit, über unseren Telekommunikationsanbieter fair produzierte Diensthandys zu bestellen. Eine motivierte Mitarbeiterin testete das Fairphone freiwillig über einen längeren Zeitraum. Die Nutzung war leider noch nicht ausreichend zufriedenstellend, da die technischen Features in etlicher Hinsicht nicht zu unseren Bedarfen als Berater:innen passen. Wir beobachten aber weiterhin die Entwicklung und tauschen uns auch intern über neue Modelle von Fairphones und ähnlichen Anbietern aus.

Pandemiebedingt sind unsere Außeneinsätze beim Kunden stark zurückgegangen. Dies zeigt sich auch an den sinkenden Mobilitätskosten. Im Berichtszeitraum konnten Pendel- und Dienstverkehre reduziert und digitale Beratungsprozesse verstärkt implementiert werden. Infolge sinkender Dienstfahrten wurde der Leasingvertrag für unser elektrisches Poolfahrzeug gekündigt. Generell versuchen wir, die Nutzung von Pkws mit ihren "kritischen Rohstoffen" und häufig niedrigen Sozialstandards in den Zulieferketten der Hersteller kontinuierlich zu minimieren, in dem wir konkrete Anreize für die Nutzung des Umweltverbundes schaffen. Dies gelingt gerade bei der jüngeren Belegschaft immer besser, da die Affinität für autoarme Mobilität in dieser Generation ausgeprägter ist. Geschäftsreisen sind ebenfalls sehr stark zurückgegangen. Die Reisetätigkeit unserer Mitarbeiter:innen fokussiert sich zunehmend auf den regionalen Einzugsbereich, wodurch Hotelübernachtungen seltener werden. Die Zusammenstellung einer Empfehlungsliste für Hotels mit besonderen Sozialstandards haben wir daher nicht weiter verfolgt.

Erste Vorlagen für Lieferantenfragebögen und eine Einkaufsrichtlinie haben wir im Berichtszeitraum entwickeln können. Allerdings verhinderten zeitliche Engpässe die Finalisierung und strukturierte Lieferant:innenbewertung. Die Corona-Pandemie ließ auch unser Geschäft nicht unberührt und der Fokus lag im Berichtszeitraum auf einer Stabilisierung des Geschäfts.

Nachstehend sind unsere Lieferant:innen im Berichtszeitraum aufgeführt:

Bereich	**Lieferant**	**Bezeichnung Produkt/Rohstoff**
Arbeitsmedizin	ASZ GmbH & Co. KG	Betreuung/ Beratung
Bäckereifachgeschäft	Junge Die Bäckerei	Gebäck
Baumarkt	Hammer Hamm	Plissee
Baumarkt	Tedox KG	
Bürokommunikation	Grenke AG	ProCall

Büromöbelhändler	Gesund arbeiten Gmbh	Bürostuhl
Catering	Mejerski Catering	Geschirr
Catering	PSA GmbH	Speisen & Getränke
Catering	Rohrmeisterei	Buffet
Catering	Tafelfreuden	Speisen & Getränke
Dienstleistung	Öko-Zentrum	Beratung
Dienstleistung	Hamtec GmbH	Tagungszentrum
Dienstleistung	Kombiplan GmbH & Co. KG	Klima- & Energiemanagement
Dienstleistung	Hottgenroth Software	Software/ EDV Einrichtung
Dienstleistung	Adcuri.de	Versicherung
Dienstleistung	Adobe Systems Software	Software
Dienstleistung	Atmosfair gGmbH	CO_2 Kompensation
Dienstleistung	Coconat.A Workation Retreat	Co-working space
Dienstleistung	Confera Consulting GmbH	Beratung
Dienstleistung	Darpe & Müller Office Solutions GmbH	Druckerwartung
Dienstleistung	Deutsche Energie-Agentur GmbH	Energie- & Klimapolitik
Dienstleistung	Deutsches Patent- und Markenamt	Patentverlängerung
Dienstleistung	Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik	Kongress
Dienstleistung	Dexa Consult	Beratung
Dienstleistung	Easydisplay GmbH	Roll Up Display
Dienstleistung	Eco Libro GmbH	Beratung
Dienstleistung	Eilers Arbeitsschutz	Sicherheitstechnische Beratung
Dienstleistung	Ergo Versicherung AG	Versicherung
Dienstleistung	Helmut Freund	Vortrag
Dienstleistung	Andreas Freitag	Handelsregisterauszug

Dienstleistung	Gemeinwohl Ökonomie	Beratendezertifizierung
Dienstleistung	Gesellschaft für Berufsförderung des Kölner Einzelhandels e.V.	Beratendeschulung
Dienstleistung	Green Adapt Gesellschaft für Klimaanpassung mbH	Konzepterstellung
Dienstleistung	Dr. Michael Hantschel	Wirtschaftsprüfer / Steuerberater
Dienstleistung	Nicole Unterhalt	Wissenschaftliches Coaching
Dienstleistung	Institut für Managementberatung GmbH	Seminar: Professionelles moderieren
Dienstleistung	Industrie- & Handelskammer	IHK Beitrag
Dienstleistung	Lohndata Paychex Deutschland GmbH	Lohn- & Gehaltsabrechnung
Dienstleistung	Protellus – Karg & von der Heyde GbR	Workshop
Dienstleistung	Manfred Rauschen	Beratung
Dienstleistung	Shutterstock Inc.	Stockfotos, 5 Standardlizenzen
Dienstleistung	Unternehmen Verantwortung Gesellschaft e.V.	CSR News-Bronzepartnerschaft/ Mitgliedsbeitrag
Dienstleistung	Verwaltungs-Berufsgenossenschaf Körperschaft des öftl. Rechts	Seminar/ Unfallversicherung
Dienstleistung	Wertsicht GmbH	Beratung/Zertifizierung
Dienstleistung	Westermann Management Consult	Beratung
Dienstleistung / Beratung	Ingenieur GmbH Schmidt & Willmes	Gebäudetechnik
Einzelhandel	Aldi	Lebensmittel
Einzelhandel	Bellandris Bintig	Grünpflanzen

Einzelhandel	Hofladen Damberg	Lebensmittel
Einzelhandel	Dm- drogerie markt	Drogerieartikel
Einzelhandel	Edeka	Lebensmittel
Einzelhandel	Getränke Oase	Getränke
Einzelhandel	Kaufland	Lebensmittel
Einzelhandel	Lapstore GmbH	Notebook
Einzelhandel	Mindfactory AG	Computerzubehör
Einzelhandel	Netto	Lebensmittel
Einzelhandel	OBI GmbH & Co. Deutschland AG	Batterien , Blumenstab + Rasensprenger
Einzelhandel	Penny Markt GmbH	Lebensmittel
Einzelhandel	Real GmbH	Lebensmittel
Einzelhandel	Tedi GmbH & Co KG	Abfallsammler
Elektrofachmarkt	Berlet Bergkamen	Reinigungsmittel
Elektrofachmarkt	Saturn electro Handelsges. GmbH	Elektronik Gerät & Zubehör
Energie	NaturStromHandel GmbH	Strom für E-Auto
Energie	The New Motion Deutschland GmbH	Ladestation
Energie	Plugsurfing GmbH	Strom für E-Auto
Eventgastronomie & Catering	Restaurationsbetreib Martin Renninghoff	Zelt Auf- & Abbau
Finanzdienstleistung	MLF Mercator-Leasing GmbH & Co. Finanz-KG	Jobrad Leasing
Finanzdienstleistung	PL Gutscheinsysteme GmbH	Gutscheine für Mitarbeitende
Finanzdienstleistung	Volksbank Hamm (Dortmunder Volksbank e.G.)	Bankanbieter
Finanzdienstleistung	Sparkasse Hamm	Bankanbieter
Fleischerfachgeschäft	Bernhard Jörrißen e.K.	Grillcatering
Gastgewerbe	Kolpinghaus	Speisen & Getränke

Gastgewerbe	Kantine zum Amtsschimmel	Speisen & Getränke
Gastgewerbe	Astor München	Übernachtung
Gastgewerbe	Europa-Haus Bocholt	Tagungshotel
Gastgewerbe	GastrOK UG	Bewirtung + Getränke
Gastgewerbe	Ruby Lotti Hotel Hamburg	Übernachtung + Frühstück
Gastgewerbe	Soulmade Hotel Garching GmbH	Übernachtung
Gebäude- und Energietechnik	Alfred Pieper GmbH	Wartung
Getränkegroßhandel	Patrick Schulze-Vögeling eK	Getränke
Getränkehandel	Trinkgut Getr.Einz.GmbH	Getränke
Großhandel	Handelshof Hamm GmbH & Co. KG	Lebensmittel & sonstiges
Großhandel	Memo AG	Bürobedarf
Haushaltswaren	WMF Group GmbH	Messer/Wetzstahl
IT Dienstleister	Netzleiter GmbH & Co. KG	Bitrix Support
Kleinunternehmerin	Hannah Witting	Delta-Analyse
Kommunikation	Alma grafica	Beratung & Designentwicklung
Kommunikation	DBU Zentrum für Umweltkommunikation	Kongress
Laufmanagement	Upletics GmbH	Startgebühr “Hamm Laufen”
Mobilität & Reisen	Deutsche Fernverkehr AG	Fernverkehr
Mobilität & Reisen	Deutsche Bahn Connect GmbH	Carsharing
Mobilität & Reisen	Electrify GmbH	Carsharing
Mobilität & Reisen	AERUNI GmbH	Luftfahrt
Mobilität & Reisen	Mobileeee Betriebsgesellschaft mbH & Co. KG	Carsharing

Print & Medien	Beuth Verlag	Dokument Vorlage
Print & Medien	Bundesanzeiger	Offenlegung Jahresabschluss
Print & Medien	ECOreporter GmbH	Online Abonnement
Print & Medien	FGSV Verlag GmbH	Fachbücher
Print & Medien	Druckerei Lage GmbH	Broschüre
Print & Medien	Reimedia GmbH	Druck & Versand von Einladungspostkarten
Print & Medien	Ulrich Schölermann Werbung und Druck	Folienschilder + Montage
Print & Medien	DieUmweltDruckerei GmbH	Visitenkarten
Print & Medien	Woeste Druck + Verlag GmbH & Co. KG	Brochüre „Ökoprofit“
Social Media	XING SE	Zwei Jahre premium Mitgliedschaft
Telekommunikation	CSM MeinSystemhaus	Computersupport
Telekommunikation	HeliNet telekommunikation GmbH & Co. KG	Festnetz Telefontarif
Telekommunikation	Kultikom	Programmier- & Beratung
Telekommunikation	TeamPoint Systemhaus GmbH & Co.KG	Service Telefonanlage
Telekommunikation	Telekom Deutschland GmbH	Mobilfunkverträge / Geschäftshandys
Verband	Bundesverband mittelständische Wirtschaft	Mitgliedsbeitrag
Verein	Deutsche Plattform für Mobilitätsmanagement e.V.	Mitgliedsbeitrag/ Konferenz
Verein	FUgE e.V.	Anzeige
Verein	Netzwerk intelligente Mobilität e.V.	Mitgliedsbeitrag
Verein	VerkehrsClubDeutschland e.V. -Versandservice	Mobilitätsfibel
Verpackung	Laufer GmbH	SDG-Würfel, gestanzt

Versanddienstleistung	Deutsche Post AG	Porto
Versicherung	Künstler Sozialkasse	Künstlersozialabgabe
Wissensmanagement & Ingenieurleistungen	ia GmbH	Hosting Leistung für oekoprofit-nrw.de
Zweiradhändler	Zweirad Stantze	Fahrrad
	Stadtwerke Hamm GmbH	Trinkwasser / Abwasser

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Dialog mit IT-Dienstleister über Green-IT-Potentiale und Sensibilisierung der Mitarbeiter:innen für Hersteller von IT-Hardware (Laptops, Handys) mit besseren sozialen Herstellbedingungen

Bewertung: 2 Punkte

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

Berichtsfragen

- Welche Bereiche der Zulieferkette weisen eine besondere Gefährdung der Menschenwürde auf?
- Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren und zu vermeiden?

Berichtsantwort

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, zum Beispiel durch Anreize zur Nutzung des Umweltverbundes anstatt Pkw(-Anschaffung) oder Tests von Fairphones.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch riskant sind

Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch unbedenklich sind

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Unser Unternehmen hat geringe Risiken in der Zulieferkette bzw. reduziert die potenziellen negativen sozialen Auswirkungen in der Zulieferkette auf ein Minimum. Auch im Berichtszeitraum

haben wir versucht, auf möglichst nachhaltige Standards und Gütesiegel in der Beschaffung zu achten. Während der Corona-Situation kam es zu Wahlschwierigkeiten und es musste zum Teil auf konventionelle Waren zurückgegriffen werden, allerdings nur in kleinem Umfang.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Dialog mit IT-Dienstleister (siehe A1.1)

Bewertung: 0 Punkte

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen

Berichtsfragen

- Wie wird für faire und solidarische Geschäftsbeziehungen mit direkten Lieferant*innen gesorgt, insbesondere durch Ausgestaltung der Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen sowie im operativen Tagesgeschäft?
- Wie zufrieden sind die Lieferant*innen mit den Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen?
- Mit welchen Maßnahmen wird dazu beigetragen, dass die Lieferant*innen über einen fairen Anteil an der Wertschöpfung verfügen?

Berichtsantwort

Wir setzen auf langfristige Kooperationen mit unseren Lieferanten. Die Dauer der Geschäftsbeziehungen zu unseren Lieferanten beträgt jeweils mehrere Jahre. Der Gesamtdurchschnitt liegt bei circa zehn 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:innen 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.

Verifizierungsindikatoren

Durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehung zu Lieferant*innen

2021: 10 Jahre

2020: 10 Jahre

2019: 10 Jahre

Geschätztes Verhältnis des Anteils an der Wertschöpfung zwischen Unternehmen und Lieferant*innen

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Im Berichtszeitraum haben wir unsere bisherige Praxis nicht verändert. Die Dauer der Geschäftsbeziehungen mit unseren langjährigen Partner:innen ist nach wie vor recht hoch (ca. 10 Jahre). Punktuell sind neue Lieferant:innen hinzugekommen, mit denen wir gute Lieferant:innenbeziehungen pflegen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Finalisierung des Lieferantenfragebogens zur Abfrage der Zufriedenheit seitens Lieferant:innen

Bewertung: 5 Punkte

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

Berichtsfragen

- Welche Strategien verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?
- Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?
- Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Berichtsantwort

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).

Verifizierungsindikatoren

Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt

2021: 20 %

2020: 20 %

2019: 20 %

Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden

2021: 20 %

2020: 20 %

2019: 20 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Wir beziehen unsere Büromaterialien mehrheitlich bei der memo GmbH, die ganzheitlich auf ökologisch und sozialverträgliche Label bzw. Zertifizierungen achtet. Bezüglich der Sozialsiegel seien hier beispielhaft das Fairtrade-Siegel, Gepa fair + und der Sozialstandard SA8000 genannt. Im Berichtszeitraum mussten wir temporär wegen Lieferengpässen bei memo auf andere "konventionellere" Anbieter ausweichen.

Unser langjähriger IT-Dienstleister aus Warendorf ist 2020 von einem Mitbewerber aus Borken aufgekauft worden. Das neue Systemhaus setzt auf starken Wachstumskurs, v.a. aber in NRW, und nutzt dafür auch Kapital von einem niederländischen Investor. Wie sich der Expansionskurs auf den Umgang mit Lieferant:innen auswirkt, ist für uns aktuell nicht transparent nachvollziehbar. Der Website des Anbieters oder einschlägigen Presseberichten sind keine Informationen zu Nachhaltigkeitspraktiken des Unternehmens zu entnehmen. Unser Ansprechpartner ist gleich geblieben und wir erwägen derzeit keinen Wechsel, u.a. auch im Angesicht etlicher komplexer IT-Umstellungen im Berichtszeitraum.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Dialog mit IT-Dienstleister über Lieferkettenpraktiken

Bewertung: 2 Punkte

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

Berichtsfragen

- Inwiefern besitzt das Unternehmen Marktmacht gegenüber Lieferant*innen, und wie wird sie eingesetzt?
- Hat das Unternehmen Hinweise darauf, dass seine Lieferant*innen unter seiner Marktmacht, insbesondere hinsichtlich Zahlungs- und Lieferbedingungen, leiden?
- Welche Beschwerden bzw. negative Berichterstattung gab es im letzten Jahr diesbezüglich?

Berichtsantwort

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.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bewertung: 0 Punkte

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche und wie viele Rohstoffe und Materialien werden in der Produktion aufgewendet?
- Welche Arten von Energie und Material und welche Technologien werden in der Produktion eingesetzt?
- Nach welchen Kriterien werden Rohwaren, Produkte, Dienstleistungen ausgewählt?
- Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?
- Welche schädlichen Umweltauswirkungen gibt es in der Zulieferkette bzw. bei zugekauften Produkten?
- Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen berücksichtigt?
- Durch welche Maßnahmen wird eine Reduktion der Umweltauswirkungen bei den direkten Lieferant*innen und in der gesamten Zulieferkette erreicht?
- Welche Unterschiede gibt es zum Mitbewerb hinsichtlich ökologischem Einkauf?

Berichtsantwort

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.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der eingekauften Produkte/ Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind

2021: 30 %

2020: 30 %

2019: 30 %

Nur Schätzungen, keine systematische Erfassung

Anteil der Lieferant*innen, die zur Reduktion ökologischer Auswirkungen beitragen

2021: 25 %

2020: 25 %

2019: 25 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:
Wir beziehen 100% Ökostrom von Naturstrom, drucken Werbematerialien über die Umweltdruckerei und achten bei der Beschaffung von Arbeitsgeräten wie Laptops und Druckergeräten auf hohe Energieeffizienz und suffizienten Einsatz dieser (z.B. durch Docking Stations, Etagendrucker, ökologische Voreinstellungen für Druck, zusätzlichen Speicher für längere Nutzungsdauer).

Die Inanspruchnahme von Mobilitätsdienstleistungen mit ökologisch nachteiligen Auswirkungen ist pandemiebedingt deutlich zurückgegangen. Allerdings ist damit zu rechnen, dass der Anteil an Pkw-Fahrten nach der Pandemie wieder ansteigt. Umso wichtiger ist uns, die in den Lockdown-Phasen erprobten und intensivierten Digitalisierungsprozesse fortzuführen, Wege und Fahrten zu vermeiden, um die ökologischen Auswirkungen in der Zuliefererkette zu minimieren.

Verbesserungspotenziale/Ziele:
- Kontinuierliche ökologische Verbesserung im Bereich IT & Heben von Green IT-Potentialen

Bewertung: 4 Punkte

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

Berichtsfragen
- Welche Lieferant*innen bzw. Produkte der Zulieferkette weisen besonders hohe schädliche Umweltauswirkungen auf?
- Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren?

Berichtsantwort
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 3.1), um potentiell negative Auswirkungen in der Zulieferkette auf ein Minimum zu reduzieren

Verifizierungsindikatoren
Anteil der eingekauften Produkte/ Dienstleistungen, die mit unverhältnismäßig hohen Umweltauswirkungen einhergehen

Bewertung: 0 Punkte

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen

Berichtsfragen

- Welche Informationen werden in welchem Umfang Lieferant*innen zur Verfügung gestellt?
- Wie und in welchem Umfang wird Lieferant*innen in relevanten Situationen und Bereichen Mitentscheidung ermöglicht?
- Wie zufrieden sind Lieferant*innen mit der Informationspolitik und den Mitentscheidungsrechten des Unternehmens?

Berichtsantwort

In der Regel besteht eine langjährige, vertrauensvolle Zusammenarbeit mit direkten Lieferanten (durchschnittliche Dauer der Lieferantenbeziehung ca. 10 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 Lieferant:innen ihre Ressourcen planen 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 Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Ein Beispiel: der Zeitplan für unsere ÖKOPROFIT-Projekte steht frühzeitig, sodass wir Grafikagenturen und Druckereien für die Erstellung unserer ÖKOPROFIT-Ergebnisbroschüren rechtzeitig anfragen und informieren können.

Wie unter A2.1 berichtet, werden unsere Marktbegleiter:innen zeitweise zu Lieferant:innen und umgekehrt. Die Zusammenarbeit ist durch eine transparente Informationspolitik und aktive Mitentscheidungsprozesse gekennzeichnet. So finden mit den Marktbegleiter:innen 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 Lieferant:innen gleichzeitig Mitunternehmen sind, berichten wir unter D2.1 über unsere Kooperationsansätze.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Ein zielgerichteter Dialog mit unseren Lieferanten kann Aufschlüsse darüber geben, ob diese mit ihren Mitentscheidungsmöglichkeiten und unserer Informationspolitik zufrieden sind oder Verbesserungsideen haben.

Bewertung: 3 Punkte

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

Berichtsfragen

- Welche Strategie verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?
- Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander?
- Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Berichtsantwort

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

Verifizierungsindikatoren

Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt

kaum Label für Mitentscheidung und Transparenz in unserer Branche; Vereinzelt auf NH-Berichte und Presseberichte als Ersatz für Label zurückgegriffen

Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden

2021: 25 %

2020: 25 %

2019: 25 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:
Im Berichtszeitraum haben wir keine weitere Lieferant:innendialoge geführt, um positiv Einfluss auf Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette auszuüben.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bewertung: 1 Punkt

B Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

Berichtsfragen

- Wie kann eine ausreichende Risikodeckung durch Eigenmittel gesichert werden?
- Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden in Betracht gezogen?

Berichtsantwort

Unser Eigenkapitalanteil liegt im Berichtszeitraum bei 49 und 53 Prozent. Eine ausreichende Risikodeckung durch Eigenmittel ist grundsätzlich gegeben, wenn man zugrunde legt, dass solide Unternehmen eine Eigenkapitalquote von über 30 % aufweisen.

Einer Auswertung des Statistik-Portals Statista zu Eigenkapitalquoten im deutschen Mittelstand bis 2020 zufolge, geben Unternehmen mit 10 bis 49 Mitarbeiter:innen eine Eigenkapitalquote von 31,3 Prozent (im Jahr 2020) an. B.A.U.M. Consult liegt damit über dem Durchschnitt. Mit Fokus auf die Unternehmensberatungsbranche stellt sich die Situation wie folgt dar: Die Finanzierungsstrukturen von Unternehmen dieses Wirtschaftszweiges variieren sehr stark. Die Eigenkapitalquoten schwanken von 5,6 Prozent bei BCG bis zu 63,5 Prozent bei SKP. Der durchschnittliche Eigenkapitalanteil der Branche ist uns nicht bekannt.

Quellen:

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

https://www.consulting.de/artikel/die-beratung-ist-ein-lukratives-geschaeft/

Verifizierungsindikatoren

Eigenkapitalanteil

2021: 49 %

2020: 53 %

2019: 49 %

Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche

2021: 30,1 %

2020: 30,1 %

2019: 31,5 %

Bezogen auf Daten zu EK-Quote im Mittelstand allgemein
https://de.statista.com/statistik/daten/studie/150148/umfrage/durchschnittliche-eigenkapitalquote-im-deutschen-mittelstand/#:~:text=Im%20Jahr%202021%20betrug%20die,deutschen%20Unternehmen%2031%2C4%20Prozent

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:
Im Berichtszeitraum wurden keine gezielten Aktivitäten implementiert, um die Eigenkapitalquote gezielt weiter zu erhöhen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:
- Keine

Bewertung: 6 Punkte

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

Berichtsfragen
- Welche Form und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/ oder über Ethikbanken können umgesetzt werden bzw. sind relevant?
- Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken konkret verringert werden?

Berichtsantwort
Im Berichtszeitraum wurden keine Kredite aufgenommen.

Verifizierungsindikatoren

Fremdkapitalanteil

2021: 0 %

2020: 0 %

2019: 0 %

Finanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele: nicht relevant

Bewertung: nicht zutreffend

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen

Berichtsfragen

- Welche Finanzpartner*innen hat das Unternehmen?
- Wie sind die Finanzpartner*innen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten?

Berichtsantwort

Bei der Auswahl unserer externen Finanzpartner achten wir weiter auf die möglichst werteorientierte Ausrichtung der Dienstleister. Es ist davon auszugehen, dass Verschärfungen politischer Regularien und strengere Vorgaben wie die Corporate Sustainability Reporting Directive zur Ausweitung des Kreises Berichtspflichtiger und zur Erhöhung von Transparenzanforderungen in puncto öko-soziale Performance führen, insbesondere auch in für den Investorenmarkt relevanten Branchen wie Versicherungen.

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.

3) Betriebliche Altersvorsorge über Volkswohlbund, Neue Leben, Provinzial und Stuttgarter

Für Neuverträge wird seit 2020 ein nachhaltiges Angebot der Stuttgarter angeboten ("Grüne Rente").

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[1] in der Kategorie "Deutschlands nachhaltigster Vertrieb 2008"
- Zertifizierung des TÜV Rheinland nach dem Standard „Nachhaltige Unternehmensführung“
- Studie „Nachhaltigkeit in der Assekuranz“ von AMC[2] (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[3]in Nachhaltigkeitsberichten und einer DNK-Erklärung. Darin enthalten sind ethische Leitlinien und Maßnahmen.

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 günstigen Tarifen in der Kfz-Haftpflicht und in der Vollkasko). Die Presseberichterstattung[4] 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[5] 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.

Ein Wechsel zu einem anderen Anbieter für die Vermögenshaftplicht wurde geprüft, aber mangels Alternativen für unser Anforderungsprofil verworfen.

VOLKSWOHLBUND Versicherungen

In einem Positionspapier[6] 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"[7] abschließen. Ihr Geld fließt dann in nachhaltige Projekte[8] und Kapitalanlagen.

Stuttgarter Versicherung

Die Stuttgarter Versicherung stellt sich als Pionier im Bereich der nachhaltigen Geldanlage dar und wird in der Versicherungsbranche ebenso tituliert.Diverse Auszeichnungen werden als Beleg angeführt:

- Das Institut für Vorsorge und Finanzplanung hat 2021 die Qualität der angebotenen Nachhaltigkeitsfonds bei Rentenversicherungen untersucht. Das Angebot der Stuttgarter hat die höchste Bewertung „exzellent" erzielt.
- Das Wirtschaftsmagazin FOCUS-MONEY und die Ratingagentur ServiceValue untersuchen regelmäßig die Nachhaltigkeit von Finanzdienstleistern aus Kundensicht. Die Stuttgarter überzeugt in allen Kategorien und wurde mit dem Siegel „Höchste Nachhaltigkeit" ausgezeichnet. Diese Auszeichnung gilt es, kritisch zu hinterfragen, da FOCUS-Money mit Testsiegeln auch Einnahmen erzielt und damit die Neutralität von Siegeln infrage gestellt werden muss.
- 2020 wurde von der infinma Institut für Finanz-MarktAnalyse GmbH die Branchen-Initiative „Nachhaltigkeit in der Lebensversicherung" ins Leben gerufen. Die Initiative soll die Akteure auf dem Markt der Altersvorsorge bzw. Biometrie zusammenbringen. Ziel ist es vor allem, Wissen rund um das Thema Nachhaltigkeit einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Die Stuttgarter ist Gründungsmitglied.

Nachhaltigkeitskriterien für das Produkt Grüne Rente seien klar definiert und transparent kommuniziert. Angeführt werden Positivkriterien wie die Finanzierung oder Beteiligung am Bau von Anlagen zur regenerativen Energiegewinnung oder die Finanzierung von oder Investition in sozial genutzte Immobilien. Negativkriterien wie Verstöße gegen das Kriegswaffenkontrollgesetz, Menschen- und Arbeitsrechtsverletzungen oder Kinderarbeit sind ebenfalls definiert. Das unabhängige Institut für nachhaltiges, ethisches Finanzwesen e.V. (INAF) überprüft die Einhaltung. Im Anlagebericht zur GrünenRente sind Details über Volumen der nachhaltigen Geldanlagen einschließlich Beispielen nachlesbar. Im Jahr 2022 erhob die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg Vorwürfe gegen die Stuttgarter wegen mangelnder Informationspolitik zur "Grünen Rente" und geben vor, eine entsprechende Unterlassungserklärung erwirkt zu haben. Gegen diese Darstellung wehrte sich der Versicherer. Transparenz über die öko-soziale

Performance schafft der Versicherer mit seinem Nachhaltigkeitsbericht, der sich an den den im Gesetz zur Nachhaltigkeitsberichtspflicht (CSRD) genannten Kriterien orientiert, die der deutsche Gesetzgeber aus den europarechtlichen Vorgaben übernommen hat.

https://www.versicherungsbote.de/id/4906502/Die-Stuttgarter-wehrt-sich-gegen-Darstellung-der-Verbraucherzentrale-Baden-Wurttemberg.

Provinzial

Seit 2017 veröffentlicht der Versicherer jährlich eine Erklärung nach dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Strategisches Ziel ist die Erreichung von Klimaneutralität im Geschäftsbetrieb. Es werden diverse Auszeichnungen, zum Beispiel zum Klimaengagement publiziert. Der renommierte Nachhaltigkeitsforscher Prof. Dr. Schaltegger von der Universität Lüneburg wird als Recherche-Partner für das FOCUS-Siegel genannt.

Quellen: https://focusbusiness.de/klimaengagement/methodik

Banken

Wir haben uns bewusst für regionale Anbieter entschieden: Für unser Geschäftskonto bei der Sparkasse Hamm fallen jährlich 500 Euro Kontoführungsgebühren an. Die Sparkasse Hamm entwickelt sich im Bereich kontinuierlich Nachhaltigkeit weiter und plant die Teilnahme an einer nächsten Projektrunde von ÖKOPROFIT.

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.

Links

[1] Weblink: https://www.nachhaltigkeitspreis.de/wettbewerbe/unternehmen/preistraeger-unternehmen/2008/barmenia-versicherungen/

[2] Weblink: https://www.versicherungsbote.de/id/4795512/CSR-und-Nachhaltigkeit-Viele-Versicherer-verschenken-Wettbewerbsvorteile---nicht-so-die-Barmenia-/

[3] http://www.barmenia.de/de/subs/nachhaltigkeit/wirtschaftlich/nachhaltigkeitsbericht.xhtml

[4] https://www.focus.de/finanzen/news/party-total-schaden-lustreisen-nach-budapest-orgie-mit-spaeten-folgen-fuer-versicherungskonzern-ergo_id_5686366.html

[5] http://www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de/data/ranking/user_upload/2015/Ranking_Nachhaltigkeitsberichte_2015_Ergebnisbericht_mit_Branchenauswertung.pdf

[6] Weblink: https://www.volkswohl-bund.de/cms/Portals/0/Pressemitteilungen/2011/Verantwortung.pdf?

ver=2011-09-22-105050-110

[7] Weblink: https://www.volkswohl-bund.de/cms/Portals/0/Pressemitteilungen/2013/Kooperation_transparente.pdf?

ver=2014-07-04-132357-560)

[8] Weblink: https://www.verbraucherzentrale-bremen.de/pressemeldungen/geld-versicherungen/riester-kritische-investitionen-nur-teilweise-ausgeschlossen-17688

Verifizierungsindikatoren

Bis zu drei wesentliche Finanzpartner*innen; jeweils Partnerinstitut, Finanzprodukt und Geschäftsumfang (Jahresvolumen) mit dem Partnerinstitut

2021:

Partner*inneninstitut	Finanzprodukt	Geschäftsumfang (Jahresvolumen) (in €)
Adcuri	Haftpflicht (Betriebs- und Inventarversicherung)	336 Euro
ERGO Versicherungen	Vermögensschadenshaftpflicht	901
Stuttgarter	GrüneRente (Betriebliche Altersvorsorge	2.200
VOLKSWOHLBUND	Betriebliche Altersvorsorge	3.000
Neue Leben	Betriebliche Altersvorsorge	3.000
Provinzial	Betriebliche Altersvorsorge	600

2020:

Partner*inneninstitut	Finanzprodukt	Geschäftsumfang (Jahresvolumen) (in €)
Stuttgarter	GrüneRente (Betriebliche Altersvorsorge)	3.000
VOLKSWOHLBUND	Betriebliche Altersvorsorge	3.000

Adcuri	Haftpflicht (Betriebs- und Inventarversicherung)	360
ERGO Versicherungen	Vermögensschadenshaftpflicht	901
Provinzial	Betriebliche Altersvorsorge	600

2019:

Partner*inneninstitut	Finanzprodukt	Geschäftsumfang (Jahresvolumen) (in €)
ERGO Versicherungen	Vermögensschadenshaftpflicht	901
Adcuri	Haftpflicht (Betriebs- und Inventarversicherung)	336
VOLKSWOHLBUND	Betriebliche Altersvorsorge	3.000

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Im Austausch mit unserem externen Finanzdienstleiter Fairsicherungsbüro Manfred Gerling eK sind wir aktiv in den Austausch getreten, um gemeinsam ethische Alternativen für bestehende Finanzprodukte bzw. Versicherungen zu eruieren und diskutieren. Daraus resultierte eine neue Kooperation mit der Stuttgarter Versicherung, die ein breites Spektrum ökologischer und sozialer Projekte und Kapitalanlagen bietet. Unsere Mitarbeiter:innen können seit 2020 mit der "Grünen Rente" für ihre betriebliche Altersvorsorge ansparen.

Auch ein Wechsel zu einer sozialökologischen Bank wurde im Berichtszeitraum geprüft. Bislang ist noch kein geeigneter Anbieter gefunden worden. Eine zwischenzeitliche Anfrage bei einer ökosozialen Bank hat ergeben, dass uns diese derzeit kein Angebot für ein weiteres Geschäftskonto unterbreiten kann.

Der Vertrag mit der ERGO-Versicherung für die Vermögensschadenshaftpflicht soll nach Empfehlung unseres Beraters weiterlaufen, da bisher kein vergleichbares Angebot bei einem alternativen Versicherer gefunden worden ist.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- weitere Suche nach ethischer Bank für Geschäftskonten

Bewertung: 4 Punkte

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

Berichtsfragen

- Welche notwendigen Zukunftsausgaben konnten ermittelt werden, und wie weit sind ihre Deckung und zusätzliche Risikovorsorge möglich?
- Welche Ansprüche stellen die Eigentümer*innen an ihre Kapitalerträge mit welcher Begründung?

Berichtsantwort

Wir sichern Zukunftsausgaben, bevor betriebliche Überschüsse an Eigentümer:innen ausgeschüttet werden. Erst nach vollständiger Deckung des Bedarfs an Zukunftsausgaben und ohne weitere Neuverschuldung schütten wir betriebliche Überschüsse aus.

Im Rahmen der Gesellschafterversammlung wird die wirtschaftliche Situation des Unternehmens sorgfältig geprüft. In den vergangenen 20 Jahren haben die Eigentümer bislang lediglich nur einmal finanzielle Dividendenansprüche gestellt. Grundsätzlich erfolgt eine Ausschüttung an die Mitarbeiter:innen immer in Abhängigkeit vom Geschäftsergebnis (mind. 25 Prozent).

Verifizierungsindikatoren

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit

2021: 11.175,75 €

2020: 276,32 €

2019: 7.571,56 €

Gesamtbedarf Zukunftsausgaben

2021: 2.200 €

2020: 3.000 €

2019: 2.600 €

Getätigter strategischer Aufwand

2021: 0 €

2020: 0 €

2019: 0 €

Anlagenzugänge

2021: 4.118 €

2020: 20.500 €

2019: 12.400 €

Zuführung zur Rücklage

2021: 11.117,75 €

2020: 276,32 €

2019: 7.571,56 €

Auszuschüttende Kapitalerträge

2021: 39.769,85 €

2020: 7.308,93 €

2019: 18.347 €

Auszuschüttende Kapitalerträge in % vom Stamm- oder Grundkapital

2021: 80 %

2020: 14,6 %

2019: 36,7 %

Annahme: 50.000 Euro Stammkapital

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Im Berichtszeitraum sind von den Überschüssen diverse Zukunftsausgaben getätigt worden:

- Personalaus- und weiterbildung
- Neueinstellungen mit entsprechenden Einarbeitungsaufwänden
- Ertüchtigung unserer IT-Infrastruktur (Einführung einer CRM-Software, IT-Beratung)
- Installation einer Photovoltaikanlage
- Produktentwicklungsaufgaben (Bsp. Entwicklung eines Beratungsprodukts zur Klimafolgenanpassung)
- Installation von Ladeinfrastruktur für Elektromobilität.

Wir haben in den Jahren 2019-2021 zudem insgesamt 65.425,47€ brutto an die Mitarbeiter:innen ausgeschüttet. Darüber hinaus wurde dem Unternehmen Vermögen zugeführt. Im Berichtszeitraum erfolgte keine Gewinnausschüttung an die Gesellschafter.

-

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- strukturiertere Herangehensweise an Planung von Zukunftsausgaben (z.B. im Bereich Produktentwicklung, "Sonderaufgaben") und bewusstere, optimierte Steuerung im Team

Bewertung: 9 Punkte

B2.2 Negativ-Aspekt: Unfaire Verteilung von Geldmittel

Berichtsfragen

- Aus welchem Grund wird/wurde ein Standort trotz Gewinnlage verlagert oder geschlossen?
- Aus welchem Grund werden im Unternehmen trotz stabiler Gewinne Arbeitsplätze abgebaut?
- Aus welchem Grund werden zweistellige Renditen als Kapitalerträge an nicht im Unternehmen tätige Gesellschafter*innen ausbezahlt?

Berichtsantwort

Im Berichtszeitraum haben wir keinen Standort verlagert oder Arbeitsplätze abgebaut.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

B3.1 Soziale und ökologische Qualität von Investitionen

Berichtsfragen

- Welche Sanierungsziele an/ in den eigenen Anlagen haben soziales und ökologisches Verbesserungspotenzial?
- Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt, und welche Förderprogramme können genutzt werden?
- Wie wird bei Investitionsentscheidungen das Berücksichtigen ökologischer und sozialer Aspekte gesichert?
- Welche Sanierungen wurden/werden konkret vorgenommenen?

Berichtsantwort

Für unsere Geschäftstätigkeit setzen wir wenig eigenes Anlagevermögen wie lange genutzte Büromöbel oder mobile Betriebsmittel (Bsp. Laptops) ein. Unser Geschäftsgebäude ist angemietet. Anstehende Sanierungen oder ökologische Verbesserungen am Gebäude müssen

mit unserem Vermieter abgesprochen werden. Wir wirken daraufhin, entsprechende Investitionsentscheidungen, im Dialog mit unserem Vermieter möglichst nachhaltig auszugestalten. Das Gebäude wurde nach ökologischen Kriterien gebaut. Ein Finanzplan für technische Geräte liegt nicht vor.

Verifizierungsindikatoren

Investitionsplan inkl. des ökologischen Sanierungsbedarfs

Ladesäule, PV-Anlage

Realisierung der ökologischen Sanierung

Nachtrag Investitionskosten PV-Anlage: ca. 15.000 Euro Ladesäule: ca. 5.000 Euro, davon 3.500 Euro Förderung

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Im Berichtszeitraum ist eine Photovoltaikanlage installiert worden (Leistung/Erzeugung: 9,9 kWp=9.900 kWh). 44% der eigens erzeugten erneuerbaren Energien wird für den Eigenbedarf genutzt, der Rest wird eingespeist.

Eine Ladesäule ist ebenfalls installiert worden. Die Ladeleistung beträgt 2 x 11 KW. Diese wird ausschließlich durch die Beschäftigten und Kunden der Gesellschaft genutzt. Das Laden ist für diesen Personenkreis kostenlos.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Wärmebedarf reduzieren (Prüfung verschiedener Optionen wie Wärmedämmung etc.)
- Prüfen: Ersatz Flüssiggasheizung durch Nahwärmenetz in Verbindung mit kommunaler Wärmeplanung in Hamm

Bewertung: 9 Punkte

B3.2 Gemeinwohlorientierte Geldanlagen

Berichtsfragen

- In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an solidarischen Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?
- Woher werden Informationen über die erwarteten sozial-ökologischen Wirkungen der Projekte oder angebotenen Nachhaltigkeitsfonds bezogen?

Berichtsantwort

Wir finanzieren keine Projekte und weisen keine Fonds-Veranlagungen auf. Gelegentlich spenden wir kleinere Beiträge an den B.A.U.M. e.V. oder andere gemeinnützige Organisationen. Mit den weiteren beiden B.A.U.M. Consult-Gesellschaften und dem Öko-Zentrum bilden wir eine

Solidargemeinschaft.

Verifizierungsindikatoren

Finanzierte Projekte

Fonds-Veranlagungen

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Der von unserem Mutterverein neu aufgelegte *B.A.U.M. Fair Future Fonds* ist ein globaler Aktienfonds mit einem konsequent nachhaltigen Portfolio. Zwei Mitarbeiter:innen der B.A.U.M. Consult Gesellschaften in Hamm und München sind im Berichtszeitraum in das Rating-Gremium berufen worden, um über die Aufnahme von Firmen in das Anlagenuniversum mitzuentscheiden.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- ökologische Finanzanlagen (z.B. Oikocredit oder B.A.U.M. Fair Future Fonds) mit Gesellschafter prüfen

Bewertung: nicht zutreffend

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

Berichtsfragen

- Welche ökologisch bedenklichen Ressourcen werden für das Geschäftsmodell eingesetzt?
- Welche Maßnahmen zur Reduktion entsprechender Abhängigkeit wurden geplant oder sind in Umsetzung, und welche Wirkung wird damit erreicht?
- Was bedeutet ein Ausstieg aus fossilen Energieträgern für das Unternehmen?

Berichtsantwort

Wir setzen für unser Geschäftsmodell keine ökologisch bedenklichen Ressourcen in relevantem Umfang ein.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bewertung: 0 Punkte

B4 Eigentum und Mitentscheidung

B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

Berichtsfragen

- Wer sind die Eigentümer*innen, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?
- Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?
- Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer*innen gesichert, und wie werden neue Eigentümer auf diese Aufgaben vorbereitet?
- Wie wird das Erweitern und Verbreitern der Eigentümer*innenstruktur gefördert?
- Wie hat sich die Eigentümer*innenstruktur in den letzten Jahren entwickelt, und wie wird die Veränderung abgesichert?

Berichtsantwort

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:innen oder Dritte) derzeit nicht aktiv betrieben.

Verifizierungsindikatoren

Verteilung des Eigenkapitals in folgenden Kategorien (Eigenkapitalstruktur in %)

2021:

Eigentümer	Anteil (in %)
Unternehmer*innen	5
Führungskräfte	5
Mitarbeitende	0
Kund*innen	0
Lieferant*innen	0
weiteres Umfeld	90
nicht mittätige Kapitalinvestor*innen	0
Summe	100

2020:

Eigentümer	Anteil (in %)
Unternehmer*innen	5
Führungskräfte	5
Mitarbeitende	0
Kund*innen	0
Lieferant*innen	0
weiteres Umfeld	90
nicht mittätige Kapitalinvestor*innen	0
Summe	100

2019:

Eigentümer	Anteil (in %)
Unternehmer*innen	5
Führungskräfte	5
Mitarbeitende	0
Kund*innen	0
Lieferant*innen	0
weiteres Umfeld	90
nicht mittätige Kapitalinvestor*innen	0
Summe	100

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

B.A.U.M. Consult Hamm ist 2020 Miteigentümerin der neu gegründeten B.A.U.M. Consult Gesellschaft in Japan geworden. Unsere Organisation hält 33,3 Prozent Anteile an der japanischen Neugründung und fördert damit die Verbreitung nachhaltigen Wirtschaftens in Fernost.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Diskussion über Erweiterung der Eigentümer:innenstruktur zur Bindung von Mitarbeiter:innen

Bewertung: 1 Punkt

B4.2 Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahme

Berichtsfragen

- Welche Begründung gibt es für eine bereits erfolgte oder geplante feindliche Übernahme?
- Wie kann das Unternehmen vor feindlichen Übernahmen geschützt werden?

Berichtsantwort

Die Gesellschafter legen Wert auf die Unabhängigkeit der B.A.U.M. Consult Gesellschaft, so dass eine Übernahme durch Dritte nicht beabsichtigt ist.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bewertung: 0 Punkte

C Mitarbeitende

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur

Berichtsfragen

- Welche Maßnahmen und Prozesse für eine mitarbeitendenorientierte Unternehmenskultur wurden bereits installiert?
- Wie wird mit Fehlern und Konflikten im Unternehmen umgegangen?
- Wie werden Selbstorganisation und Eigenverantwortung gefördert?

Berichtsantwort

Der Mensch steht ganz klar im Mittelpunkt unseres Handelns. Mitarbeiter:innen betrachten wir nicht als "Human Capital", sondern Menschen mit individuellen Fähigkeiten und Bedürfnissen. Unsere Unternehmenskultur ist geprägt von einem wertschätzenden und offenen Umgang. Bei uns erleben Mitarbeiter:innen hohe Sinnstiftung durch Aufgaben zur Lösung globaler sozialer und ökologischer Herausforderungen, die positive gesellschaftliche Auswirkungen entfalten.

Unsere Führungskräfte haben ein offenes Ohr und unterstützen in fachlichen und personellen Belangen. Wir suchen gemeinsam nach individuellen Lösungen, wenn sich Herausforderungen bei der Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben ergeben oder inhaltlich bzw. zeitlich anspruchsvolle Aufgaben zu bewältigen sind.

Mitarbeiter:innen fühlen sich wohl bei uns. Dies drückt sich auch durch eine lange durchschnittliche Betriebszugehörigkeit aus. Sie beträgt im Berichtszeitraum 9,15 Jahre. Regelmäßige (auch anlassbezogene) Befragungen der Beschäftigten und die Entwicklung neuer Umfrageformate sind uns wichtig, um am Puls der Belegschaft zu sein, Sie bescheinigen uns wiederkehrend hohe Zufriedenheitswerte.

Jährliche Zielvereinbarungsgespräche bieten Raum für direkte Rückmeldungen und die Besprechung von Mitarbeitendenbelangen wie Personalentwicklungsfragen. Wir investieren kontinuierlich in die persönliche und fachliche Weiterentwicklung aller Mitarbeitenden.

Die Mitbestimmungsmöglichkeiten spielen im Unternehmen eine wichtige Rolle, auch wenn es keinen Betriebsrat gibt. Anliegen der Arbeitnehmerseite sowie der Arbeitgeberseite werden regelmäßig und direkt kommuniziert. Flache Hierarchien sind keine leere Worthülse, sondern werden bei uns aktiv gelebt. Das gemeinsame Erarbeiten von strategischen Themen und die Beteiligung an fachspezifischen und allgemeinen Diskussionen werden in regelmäßig stattfindenden Besprechungen (Jour Fixe, Wissens-Jour Fixe, Quartalstreffen, Strategiemeetings) sichergestellt. Diese werden ebenfalls dazu genutzt, um gemeinsam Erfolge zu feiern oder besonderes Engagement von Kollegen hervorzuheben. Seit der Coronapandemie haben wir die Taktung erhöht und tauschen uns in einem wöchentlichen Jour Fixe digital aus. Alle vier Wochen rückt ein Fokusthema in den Mittelpunkt der Jour Fixe-Reihe, um internes Wissen gezielt zu teilen.

Immaterielle Wertschätzung wird im gesamten Team offen kommuniziert und ist ein wichtiger Baustein unserer Unternehmenskultur. Mitarbeiter:innen 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 Kolleg:innen bzw. Neueinsteiger:innen wird zugetraut, rasch eigenverantwortlich zu arbeiten und eigene Kunden und Projekte zu übernehmen. Die erfahrenen Consultants stehen den jüngeren Berater:innen begleitend zur Seite.

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:innen nicht bloß gestellt. Auftretende Konflikte werden zeitnah geklärt und konstruktive Lösungen gefunden.

Verifizierungsindikatoren

Fluktuationsrate

2021: 14,6 %

2020: 0 %

2019: 7,31 %

Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit

2021: 8,91 Jahre

2020: 10,29 Jahre

2019: 8,25 Jahre

Anzahl an Bewerbungen auf Stellenausschreibungen

2021: 15

2020: 0

2019: 0

keine Stellenausschreibungen in 2019 und 2020 für festangestellte Positionen.

Anzahl an Initiativbewerbungen

2021: 20

2020: 10

2019: 5

Werte basieren auf Annahmen/Schätzungen; bisher nicht systematisch erfasst. Nachfrage ist 2021 deutlich gestiegen.

Anzahl an Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur

2021: 2

2020: 1

2019: 1

Regelmäßigkeit von Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur

2021: Anderes

2020: Anderes

2019: Anderes

Umfragen erfolgen nach Bedarf bzw. anlassbezogen.

Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro mitarbeitender Person bzw. nach Führungsebene

2021:

Entwicklungsangebot	Mitarbeitende bzw. Führungsebene	Stunden pro Mitarbeitenden
Diverse Weiterbildungen	4 Mitarbeitende	14

2020:

Entwicklungsangebot	Mitarbeitende bzw. Führungsebene	Stunden pro Mitarbeitenden
Diverse Weiterbildungen	5	10,4

2019:

Entwicklungsangebot	Mitarbeitende bzw. Führungsebene	Stunden pro Mitarbeitenden
Diverse Weiterbildungen	8	12

Diverse interne Fortbildungen für alle Beschäftigten kommen hinzu (standortübergreifendes Wissensformat "Apfelbaum", Strategiemeetings, thematische Jour Fixe).

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Die Coronapandemie mit den zahlreichen Lockdown-Phasen führte zu Neubewertungen unserer Arbeits- und Kollaborationskultur. Durch die andauernden und ausgeweiteten Homeoffice-Tätigkeiten hat die Anbindung an Kolleg:innen gelitten.

Im Berichtszeitraum wurden drei Mitarbeitendenumfragen durchgeführt:

- Befragung zu interner Kommunikation durch eine Bachelorandin (2018/2019)

- B.A.U.M.-interne (standortübergreifende) Umfrage zu neuer (alter) Arbeitskultur in COVID 19-Zeiten vom 02.– 09.09.2020

- Appreciative Inquiries, zwei Durchläufe in 2021

Die Appreciative Inquiries haben dazu beigetragen, den persönlichen Austausch innerhalb unserer Teams zu stärken. Dies war uns besonders in der Lockdown-Zeit ein zentrales Anliegen, da Begegnungen im Büro rar geworden waren und einem Verlust des Zusammengehörigkeitsgefühls entgegengewirkt werden sollte. Appreciative Inquiry ist ein

werteorientierter Ansatz aus der Team- und Organisationsentwicklung, der eine wertschätzende und affirmative Grundhaltung in Teams, Organisationen oder Gemeinwesen fördert, in der die wertschätzende Befragung (oder Erkundung) ein zentrales Element bildet. Eigens entwickelte Fragen für Gespräche in 2er-Teams zielten zusätzlich darauf ab, die Zufriedenheit am Arbeitsplatz und Erfolgsfaktoren für gelingende Zusammenarbeit bei B.A.U.M. zu erheben. Die Erkenntnisse fließen ein in die Entwicklung eines neuen Leitbildes für unser Unternehmen.

Unsere "Junioren" gründeten 2019 zudem ein eigenes Dialogformat "JEVA" (benannt nach den ersten Buchstaben der Vornamen der Engagierten), um sich im geschützten Raum über Erfahrungen, zwischenmenschliche und arbeitsbezogene Herausforderungen austauschen zu können. Daraus resultierte auch das Herantragen neuer Ideen in unser Unternehmen und das Äußern von Verbesserungsvorschlägen, zum Beispiel zum Onboarding-Prozess und fachlicher Einarbeitung.

Neben externen Fortbildungen legen wir viel Wert auf kontinuierliche interne Fortbildungen. Den Rahmen bieten dafür diverse Formate:

- seit 2020 B.A.U.M.-standortübergreifender Wissenstransfer zu nachhaltigkeitsrelevanten Themen im Rahmen des "Apfelbaums" (alle zwei Wochen für eine Stunde), i.d.R. nehmen drei bis vier Personen vom Standort Hamm teil

- einmal im Monat findet am Standort Hamm unser interner thematischer Wissens-Jourfixe statt mit kurzen Fachimpulsen unserer Mitarbeiter:innen

- viermal jährlich nutzen wir unsere quartalsweisen Strategiemeetings als Raum für Wissensaustausch und Weiterbildung zu aktuellen Themen (z.B. interne IT, Gesundheit, Nachhaltigkeitsthemen)

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Entwicklung eines neuen Unternehmensleitbildes
- bessere Strukturierung des internen Fortbildungsgeschehens (Schulungspläne entlang ermittelter Bedarfe)

Bewertung: 6 Punkte

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Berichtsfragen

- Welche Maßnahmen wurden zur betrieblichen Gesundheitsförderung und zum Arbeitsschutz umgesetzt, und wie werden sie evaluiert?
- Von welchen gesundheitlichen Herausforderungen bzw. Schädigungen könnten die Mitarbeitenden betroffen sein, und welche Maßnahmen werden zu ihrem Schutz getroffen?

Berichtsantwort

Die Achtung und Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter:innen ist uns ein wichtiges Anliegen und die Einhaltung des Arbeitsschutzes für uns selbstverständlich. Die Corona-Pandemie hat auch in unserem Team zu wiederkehrenden gesundheitlichen Belastungen geführt - als direkte Folge von Infektionen und indirekt durch Arbeitsausfälle und Mehrbelastungen von Stellvertreter:innen.

Die andauernden Homeoffice-Tätigkeiten haben in den Lockdown-Phasen zu neuen Herausforderungen und Fragestellungen wie Gewährleistung einer adäquaten Ergonomie am heimischen Arbeitsplatz und die Entgrenzungseffekte durch mobiles Arbeiten geführt. Eine Befragung der Beschäftigten zu neuer alter Arbeitskultur in COVID19-Zeiten eröffnete im September 2020 den Raum für eine gemeinsame Innenschau. Was sind unsere Erfahrungen, Lernkurven und offenen Flanken? Die ausgewerteten Befunde mündeten in einer Reihe von Maßnahmen und Effekten. Unsere Mitarbeiter:innen können seither noch flexibler über die Frage des Arbeitsortes entscheiden und nehmen das Angebot in vielen Fällen gerne wahr, um lange und stressige Pendelzeiten zu verringern. Mit den Junioren wird individuell besprochen, wie hoch der Präsenzteil im Büro sein soll, um eine enge Anbindung und Einarbeitung gewährleisten zu können. Die Intensivierung der internen Kommunikation als Vorbeugung von Verinselung und die Klärung von Unterstützungsleistungen für die Arbeitsplatzausstattung (Bsp. ergonomische Mäuse und Tastaturen, zusätzliche Bildschirme) waren weitere Ergebnisse.

Die Arbeitszeiten können weiterhin flexibel gestaltet werden und ermöglichen damit eine bessere Life-Balance sowie Raum für bewegte Pausen. Unsere zeit- und ortsflexible Arbeitsform erfordert von den Beschäftigten ein hohes Maß an Eigenverantwortung, um nicht nur Arbeitsziele zu erreichen, sondern auch individuelle Überforderungen durch Überstunden etc. zu vermeiden. Diese Herausforderung haben wir im Blick, thematisieren sie in individuellen Gesprächen und bieten Unterstützung an (z.B. Informationsunterlagen zu Burnoutprävention, Einräumen von Teilzeitmodellen etc.).

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 genutzt werden.

Zu unseren Arbeitsbesprechungen werden gesunde Snacks wie Obst und Nüsse gereicht. Generell achten wir verstärkt auf bewegte Pausen oder Warmups mit kleinen Yogaeinheiten.

Für die Gesundheitsvorsorge steht uns ein Betriebsarzt zur Verfügung. Die Informationen zu Ansprechpersonen für Arbeitsschutz (Erste-Hilfe Beauftragte/r, Sicherheitsbeauftragte/r etc.) hängt gut sichtbar am Schwarzen Brett am Zentraldrucker. Gefährdungsbeurteilungen am Arbeitsplatz werden regelmäßig durchgeführt.

Ein Mitarbeiter hat sich zur Fachkraft für Arbeitssicherheit ausbilden lassen und bringt seine neu erworbenen Kompetenzen für den internen Arbeitsschutz mit ein.

Unsere beiden Betriebsfahrräder können für Fahrten in der Pause oder zu Kunden genutzt werden.

Das Dienstradleasingangebot besteht seit 2018, ist allen Mitarbeiter:innen bekannt und wird von drei Personen in Anspruch genommen.

Verifizierungsindikatoren

Gesundheits-/ Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung)

2021:

Altersgruppe	Gesundheits-/ Krankenquote (in %)
Angabe zu Krankheitsquote für 2020 (alle Altersgruppen)	2,1
Angabe zu Krankheitsquote für 2020 (alle Altersgruppen)	3,4
Angabe zu Krankheitsquote für 2021 (alle Altersgruppen)	2,07

nicht differenziert erfasst nach Altersgruppen

Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen

2021: 0 Tage

2020: 0 Tage

2019: 0 Tage

nicht bekannt

Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle

keine Betriebsunfälle

In Anspruch genommene Angebote durch die Mitarbeitenden: Inhalte und Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden

2021:

Angebot und Inhalt	Stunden pro Mitarbeitenden
Stadtradeln (durchschnittlich 4-5 Personen)	nicht genau bezifferbar/erfasst

2020:

Angebot und Inhalt	Stunden pro Mitarbeitenden
Stadtradeln (durchschnittlich 4-5 Mitarbeitende)	nicht genau bezifferbar/erfasst

2019:

Angebot und Inhalt	Stunden pro Mitarbeitenden
Firmenlauf 2019 (4 Teilnehmende)	2

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Befragung der Beschäftigten zu neuer Arbeitskultur in COVID19-Zeiten und Herausforderungen für Life-Balance
- Bereitstellung Betriebsfahrräder
- Aushänge zu Informationen zu Ansprechpersonen für Arbeitsschutz
- Durchführung Stadtradeln und AOK-Firmenlauf (z.T. coronabedingte Pausen)
- Informationsunterlagen zu Burnout-Prävention (Susanne)
- Ausbildung eines Mitarbeiters zur Fachkraft für Arbeitssicherheit
- Warmups / Bewegte Pausen in Besprechungen (Yoga, Augenyoga)

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bewertung: 5 Punkte

C1.3 Diversität und Chancengleichheit

Berichtsfragen

- Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von sowie im Umgang mit Mitarbeitenden, und welche Betriebsvereinbarungen bzw. Maßnahmen gibt es bereits?
- In welchen Bereichen könnten sich (potenzielle) Mitarbeitende benachteiligt fühlen, und was wird dagegen getan?
- Welche Maßnahmen wurden bereits ergriffen, um (hierarchische) Unterschiede auszugleichen und besondere Talente zu fördern?

Berichtsantwort

Im Berichtszeitraum beschäftigte die B.A.U.M. Consult GmbH jeweils 9,48 (2019), 11,09 (2020) und 10,56 (2021) Vollzeitäquivalente

Die Geschlechterverteilung entwickelte sich dabei zugunsten der Frauen. Dies ist auf die vermehrte Einstellung von weiblichen Nachwuchskräften (im Rahmen von Praktika und Werkstudiumstätigkeiten) zurückzuführen. Wir beobachten zunehmend Bewerbungen von hoch qualifizierten Absolvent:innen nachhaltigkeitsorientierter Studiengänge wie an der Hochschule Bochum und verstärkte Empfehlungen unter Alumnis.

Auch Frauen in Führungspositionen sind bei uns eine Selbstverständlichkeit. Drei weiblichen Bereichsleiterinnen (Bereiche Nachhaltiges Wirtschaften, Mobilität und ÖKOPROFIT) stehen 3 Bereichsleitern (Bereiche Energie, Qualifizierung und Kommunaler Klimaschutz) gegenüber.

Drei Beschäftigte haben einen Migrationshintergrund (Österreich, Syrien, Serbien). Für Geschäftsführung und die Mitarbeiter:innen gehört Chancengerechtigkeit zum Selbstverständnis. Bei der Auswahl neuer Mitarbeiter:innen wird nach Qualifikation entschieden.

Angebote des Arbeitgebers wie flexible Arbeitszeitmodelle und Homeoffice-Angebote stärken die Vereinbarkeit von Beruf und Familie aller Geschlechter. Außerdem besteht die Möglichkeit der Entgeltumwandlung für die betriebliche Altersvorsorge und die Inanspruchnahme von Sabbaticals, sofern mit den betrieblichen Abläufen vereinbar.

Seitens der Kundschaft wird das Thema Diversität als eine Facette nachhaltiger Personalpolitik intensiver nachgefragt. So bestehen vielfach Unsicherheiten bei der Ausgestaltung gendersensibler Sprache. Dies führte zur intensiveren Beschäftigung mit dem Diversitätsthema im Unternehmensbereich Nachhaltiges Wirtschaften. Die gewonnenen Erkenntnisse tragen wir anlassbezogen in die Kundschaft, so zum Beispiel im Rahmen von ÖKOPROFIT-Netzwerken oder lokalen Verbundprojekten wie FamUnDo (Familienbewusste Unternehmen in Dortmund).

Verifizierungsindikatoren

Demografische Verteilung der Mitarbeitenden im Unternehmen in Hinblick auf Dimensionen der Diversität (z.B. Alter, Geschlecht, Ethnie, körperliche/ psychische Einschränkungen, sexuelle Orientierung, Religion – sofern erhebbar und relevant) sowie getrennt nach Führungsebenen

2021:

(Demogafische) Verteilung der Mitarbeitenden im Unternehmen in Hinblick auf Dimensionen der Diversität

- 4,18 männliche VZÄ und 6,38 weibliche VZÄ
- Konfession: 6 evangelisch, 7 römisch-katholisch, 2 konfessionslos
- Durchschnittsalter: 46,73 Jahre (Frauen: 42 Jahre, Männer: 44 Jahre)

In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit/Diversität: Inhalte und Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden (siehe C 1.2)

2020:

(Demogafische) Verteilung der Mitarbeitenden im Unternehmen in Hinblick auf Dimensionen der Diversität

- 5,08 männliche VZÄ und 6 weibliche VZÄ
- Konfession: 6 evangelisch, 6 römisch-katholisch, 2 konfessionslos
- Durchschnittsalter: 42,56 Jahre (Frauen: 43 Jahre, Männer: 42 Jahre)

In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit/Diversität: Inhalte und Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden (siehe C 1.2)

2019:

(Demogafische) Verteilung der Mitarbeitenden im Unternehmen in Hinblick auf Dimensionen der Diversität

- 4,42 männliche VZÄ und 5,07 weibliche VZÄ
- Konfession: 6 evangelisch, 5 römisch-katholisch, 2 konfessionslos
- Durchschnittsalter: 42,6 Jahre (Frauen: 43 Jahre, Männer: 42 Jahre)

In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit/Diversität: Inhalte und Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden (siehe C 1.2)

In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit/ Diversität: Inhalte und Anzahl der Stunden pro mitarbeitender Person

2021:

Angebot und Inhalt	**Stunden pro Mitarbeitenden**
Impuls zu gendersensibler Sprache bei B.A.U.M.	2

2019:

Angebot und Inhalt	**Stunden pro Mitarbeitenden**
Vortrag zu Diversity in Unternehmensnetzwerk (mit Beteiligung von B.A.U.M.-Beschäftigten)	2

Gesellschaftliche Diversität des Umfelds (zumindest nach den Kerndimensionen von Diversität)

2021:

- Vortrag zu Diversität und gendersensibler Sprache im ÖKOPROFIT-Klub (20 Betriebe) Ostwestfalen-Lippe in 2019
- Vorbereitung einer virtuellen Schulung von 120 Angestellten einer Papierfabrik zum Thema Diversität in 2021 (5 Online-Termine für Anfang 2022 geplant)
- standortübergreifende Entwicklung einer Handlungsempfehlung für gendergerechte Sprache für interne wie externe Außenkommunikation der B.A.U.M. Consult-Gesellschaften (Mai 2021)

Karenzdauer von Müttern

2021: 0 Monate

2020: 0 Monate

2019: 0 Monate

keine Mütter mit kleinen Kindern im Berichtszeitraum

Karenzdauer von Vätern

2021: 6 Monate

2020: 0 Monate

2019: 4 Monate

Nach den Dimensionen aufgeschlüsselte Anzahl von Neueinstellungen/ Fluktuationen

2021:

Neuzugänge: 1 Frau

Abgänge: 1 Frau, 1 Mann

2020:

Neuzugänge: 1 Frau

Abgänge: 0

2019:

Neuzugänge: 1 Frau

Abgänge: 1 Frau

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- erhöhter Frauenanteil
- flexible Arbeitszeit-/Karenzzeitlösungen für aktive Väter
- Sensibilisierung und Weiterbildung der Mitarbeiter:innen zu Thema Diversität
- mehr Frauen in Führungspositionen (Bereichsleitungsebene)
- Entwicklung von Handlungsempfehlungen für gendersensible Sprache im standortübergreifenden Kommunikationsteam (Mai 2021) und Transfer in die einzelnen B.A.U.M.-Gesellschaften

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Maßnahmen zur Bindung jüngerer Mitarbeiter:innen (Bsp. durch intensiveres Aufzeigen von Entwicklungsperspektiven bzw. strategische Personalentwicklung und vermehrte finanzielle Anreize)

Bewertung: 5 Punkte

C1.4 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Berichtsfragen

- In welchen Bereichen gibt es (potenzielle) menschenunwürdige Arbeitsbedingungen, die noch nicht dem angestrebten bzw. gewünschten Standard entsprechen?
- Welche Rückmeldungen dazu gibt es im Betriebsrat bzw. in der Personalabteilung?
- Wie wird auf mögliches Fehlverhalten im Unternehmen aufmerksam gemacht?

Berichtsantwort

Es gibt keine menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen bei B.A.U.M. – hierzu liegen keine Beschwerden vor.

Verifizierungsindikatoren

Statement von Betriebsrat und/ oder Personalabteilung zu diesen Fragen

Gerichtsprozesse/ Rechtsverfahren bzgl. Verletzung des Arbeitsrechts, die es im Berichtszeitraum gab

Anzahl/ Inhalt der Beschwerden von Seiten des Betriebsrates bzw. der AK bzw. der Gewerkschaft im Berichtszeitraum sowie Reaktion auf diese Beschwerden

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bewertung: 0 Punkte

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

Berichtsfragen

- Wie wird erbrachte Leistung in der Organisation abgegolten, und wie transparent sind die zugrunde liegenden Konditionen?
- Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster „lebenswürdiger Verdienst“ zusteht?
- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen?

Berichtsantwort

Das Verhältnis vom geringsten Verdienst zum höchsten Verdienst liegt im Berichtszeitraum bei rund 1:3.

Zusätzlich zum Fixgehalt erhalten die Mitarbeiter:innen ein 13. Gehalt sowie individuell unterschiedliche freiwillige soziale Zusatzleistungen (BahnCard, betriebliche Altersvorsorge, vermögenswirksame Leistungen, Zuschuss zu Dienstradleasing, Sachbezugskarte) Fallweise, sprich in wirtschaftlich guten Jahren, werden umsatzabhängige Boni ausgezahlt. Auch Mitarbeiter:innen ohne Umsatzsteigerungen erhalten einen anteiligen Bonus, wenn sie zur Organisationsentwicklung oder zum Teambuilding beigetragen haben.

Ein standortabhängiger “lebenswürdiger Verdienst” ist am Standort Hamm ist gewährleistet

Verifizierungsindikatoren

Höchstverdienst

2021: 47,35 €

2020: 43,75 €

2019: 43,75 €

Angaben beziehen sich auf Stundenlohn

Mindestverdienst

2021: 10,92 €

2020: 11 €

2019: 11 €

Angaben beziehen sich auf Stundenlohn

Innerbetriebliche Spreizung (Verhältnis Höchst- zu Mindestverdienst)

2021:

1 : 4,34

2020:

1 : 3,97

2019:

1 : 3,97

Rechnung: Höchstverdienst geteilt durch Mindestverdienst

Medianverdienst

2021: 5.022 €

2020: 4.806 €

2019: 4.648 €

Standortabhängiger “lebenswürdiger Verdienst” (für alle Betriebsstandorte)

2021:

Standort	Lebenswürdiger Verdienst (in €)
Hamm, Nordrhein-Westfalen	46.612 €

2020:

Standort	Lebenswürdiger Verdienst (in €)
Hamm, Nordrhein-Westfalen	46.612 €

2019:

Standort	Lebenswürdiger Verdienst (in €)
Hamm, Nordrhein-Westfalen	46.612 €

Quelle: https://www.financescout24.de/wissen/studien/lebenshaltungskosten

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:
Im Berichtsjahr 2021 haben wir intern intensiv darüber diskutiert, wie mit investierter Zeit unserer Mitarbeiter:innen für interne Organisationsprozesse umgegangen werden kann, die nicht umsatzrelevant ist. Auslöser war die Feststellung, dass Mitarbeiter:innen unserer Organisation unterschiedlich viel Zeit für die uns wichtige Organisationsentwicklung (z,B. Anlernen neuer Mitarbeiter:innen, Organisation von Teamevents, Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten) aufwenden. Die hierfür gebundenen Ressourcen stehen für die Umsatzgenerierung und-zielerreichung entsprechend in geringerem Maße zur Verfügung. Die Erhöhung der Transparenz über nach innen gerichtete "gemeinwohlorientierte", nicht umsatzrelevante Arbeitseinsätze war erklärtes Ziel und schließlich auch Ergebnis unseres Diskurses. Im Rahmen der digitalen Zeiterfassung haben Mitarbeiter:innen seither die Möglichkeit, erbrachte interne Dienstleistungen sichtbar zu machen und bei den Verhandlungen über Gehaltsanpassungen oder Gewährung von Boni als zusätzliches Entscheidungskriterium anzuführen. Nebeneffekt des Diskussionsprozesses war die Verständigung über prioritär zu verfolgende Organisationsentwicklungsaufgaben im Sinne einer effektiveren Steuerung.

Ein weiteres Novum im Berichtszeitraum ist die Erhöhung der Praktikant:innenvergütung.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bewertung: 6 Punkte

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

Berichtsfragen

- Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt?
- Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?
- Wie können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden?
- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen?

Berichtsantwort

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.

Mitarbeiter:innen erfassen ihre Arbeitszeiten in einer speziellen Software (Microsoft Access). Überstunden werden hier durch ersichtlich. Maximal 10 Prozent Überstunden gelten als vertraglich abgegolten. 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 Mitarbeiter:innen und Projekten wird das Gespräch mit den jeweiligen Bereichsleiter:innen gesucht.

Insgesamt herrscht ein hohes Maß an Selbstorganisation. Auf Wunsch haben alle Mitarbeiter:innen 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. Im Zuge der Corona-Pandemie sind die Möglichkeiten zum mobilen Arbeiten ausgeweitet worden. Die Präsenzpflicht am Montag, unserem traditionellen "Kommunikationstag" für Besprechungen vor Ort, ist entfallen.

Verifizierungsindikatoren

Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z.B. 38 Stunden)

2021: 40 Stunden

2020: 40 Stunden

2019: 40 Stunden

Tatsächlich geleistete Überstunden

2021: 1.784 Stunden

2020: 1.139 Stunden

2019: 1.443 Stunden

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Die pandemiebedingte weitere Flexibilisierung unserer Arbeitskultur brachte zeitliche Entlastung durch den Wegfall von Pendelwegen und neue betriebliche Regelungen wie die Aufhebung der Anwesenheitspflicht im Büro für die Senior Consultants und größerer örtlicher Flexibilität für die Junior Consultant. Reger Austausch sowie Mitarbeiterumfragen in der Zeit der Corona-

Beschränkungen halfen, für einen bewussteren Umgang mit der Arbeitszeit im Homeoffice zu sensibilisieren

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Fortbildungen und Maßnahmen für einen bewussteren Umgang mit der Arbeitszeit (z.B. Zeitmanagement)- Noch gezieltere Verteilung der Projektarbeiten auf Mitarbeiter:innen mit freien Kapazitäten und effizientere Einbindung und Auslastung der Werkkstudierenden und Praktikant:innen

Bewertung: 3 Punkte

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

Berichtsfragen

- Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?
- Welche Maßnahmen gibt es in der Organisation, um eine Work-Life-Balance zu gewährleisten?

Berichtsantwort

Mitarbeiter:innen haben die Möglichkeit, ihre Arbeitszeit individuell zu gestalten und diese der persönlichen Lebenssituation anzupassen. Angebote wie Voll- und Teilzeit, mobiles Arbeiten, situative Wechsel der Arbeitstage innerhalb einer Woche und die freie Gestaltung der Arbeitszeiten innerhalb der Kernarbeitszeiten offerieren viel Spielraum für die persönliche Life-Balance.Die Zufriedenheit der Mitarbeiter:innen mit diesen Angeboten ist entsprechend hoch.

Durch die Corona-Pandemie ist unsere Arbeitskultur weiter flexibilisiert worden. Viele Pendelwege zur Arbeit und zu Kund:innen sind entfallen. Dieser Umstand führte zur Reduktion von Zeitstressoren und förderte die Vereinbarkeit von Privat- und Berufsleben zusätzlich.

Verifizierungsindikatoren

Auflistung aller möglichen Arbeitsmodelle

2021:

Arbeitsmodell	Erläuterungen
Voll- und Teilzeit möglich (Umfang nach individueller Absprache)	

2020:

Arbeitsmodell	Erläuterungen
Voll- und Teilzeit möglich (Umfang nach individueller Absprache)	

2019:

Arbeitsmodell	Erläuterungen
Voll- und Teilzeit möglich (Umfang nach individueller Absprache)	

Anzahl der Führungskräfte/ Mitarbeitenden mit individuellen Arbeitsmodellen (z.B. Teilzeit, Jobsharing)

2021:

Arbeitsmodell	Anzahl der Führungskräfte	Anzahl der Mitarbeitenden
Vollzeit	3	5
Teilzeit	2	10

2020:

Arbeitsmodell	Anzahl der Führungskräfte	Anzahl der Mitarbeitenden
Vollzeit	3	5
Teilzeit	2	9

2019:

Arbeitsmodell	Anzahl der Führungskräfte	Anzahl der Mitarbeitenden
Vollzeit	3	5
Teilzeit	2	6

Mit unseren Werkstudent:innen und unserer Reinigungskraft treffen wir individuelle Teilzeit-vereinbarungen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:
Die Corona-Pandemie hatte zur Folge, dass betriebliche Prozesse und individuelle Life-Balance-Potentiale von unseren Mitarbeiter:innen stärker reflektiert wurden. Dabei trat ein typisches Spannungsfeld zutage: auf der einen Seite Zeitgewinne für außerbetriebliche Tätigkeiten und Beziehungspflege durch vermehrtes Homeoffice, auf der anderen Seite ein erhöhtes Risiko von Entgrenzungseffekten durch die fehlende räumlich-zeitliche Trennung von Beruf- und Privatleben. Der Umgang mit diesen Herausforderungen ist sehr unterschiedlich gelebt worden. Daher war uns wichtig, in den wöchentlichen Jour Fixen im Sinne eines Stimmungsbarometers den Austausch untereinander zu fördern, offene Flanken wie Selbstmanagement, Ergonomie am Arbeitsplatz etc. über Umfragen zu erheben und im besten Fall zu beheben.

Eine ausgewogene Balance zu finden, wird auch in Zukunft eine Herausforderung bleiben. Unsere Mitarbeiter:innen sind nach wie vor eingeladen, Verbesserungspotentiale konkret zu adressieren und Angebote aus dem Bereich Arbeitsschutz anzufragen oder in Anspruch zu nehmen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:
- Die Entwicklung eines Verfahrens zur Selbstbestimmung der Arbeitsmodelle steht derzeit nicht im Fokus von Mitarbeitenden und Geschäftsführung.

Bewertung: 6 Punkte

C2.4 Negativ-Aspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfragen
- Kann für alle Mitarbeitenden ein „lebenswürdiger Verdienst“ sichergestellt werden, und falls nicht, was sind die Gründe dafür?
- Welche Rolle spielt die „investierte” Arbeitszeit bei der Erreichung von Karriereschritten oder der Bewertung des Engagements der Mitarbeitenden?
- Welcher Verdienst ist für Hilfskräfte und Mitarbeitende in Ausbildung (z.B. Schüler*innen, Auszubildende, Praktikant*innen, Werkstudent*innen) gerechtfertigt?
- Welches Risiko tragen Zeitarbeitende (z.B. bei Saisonarbeit), und welche Konditionen können einen Risikoausgleich schaffen?
- Wie viel Befristung bei den Arbeitsverträgen bringt die Interessen von Organisation und Mitarbeitenden zusammen?

Berichtsantwort
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.

Verifizierungsindikatoren

Gewinn

2021: 11.117,75 €

2020: 276,32 €

2019: 7.571,56 €

Höchstverdienst

2021: 47,35 €

2020: 43,75 €

2019: 43,75 €

Mindestverdienst

2021: 10,92 €

2020: 11 €

2019: 11 €

Standortabhängiger “Lebenswürdiger Verdienst”

2021:

Standort	Lebenswürdiger Verdienst (in €)
Hamm, Nordrhein-Westfalen	46.612 €

2020:

Standort	Lebenswürdiger Verdienst (in €)
Hamm, Nordrhein-Westfalen	46.612 €

2019:

Standort	Lebenswürdiger Verdienst (in €)
Hamm, Nordrhein-Westfalen	46.612 €

Anzahl aller Beschäftigten (inkl. Zeitarbeitenden)

Mitarbeitendenanzahl

2021: 17

2020: 16

2019: 15

Anzahl der Pauschalverträge

2021: 0

2020: 0

2019: 0

Anzahl der Null-Stunden-Verträge

2021: 0

2020: 0

2019: 0

Anzahl der Zeitarbeitenden

2021: 0 Personen

2020: 0 Personen

2019: 0 Personen

Mindestvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden

nicht relevant

Maximalvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden

nicht relevant

Anteil von befristeten Arbeitsverträgen

Laufzeit von befristeten Arbeitsverträgen

2021: 12 Monate

2020: 12 Monate

2019: 12 Monate

variabel, zwischen 12-24 Monate.

Verlängerungspraxis von befristeten Arbeitsverträgen

2021:

Bei Neueinsteiger:innen mit Interesse an Festanstellung erfolgt die Entfristung, sofern die Zusammenarbeit für beide Seiten vorstellbar ist. Bei Werkstudent:innen läuft der befristete Vertrag regulär aus. In der Vergangenheit haben wir Werkstudent:innen schon häufiger in Regelanstellung übernommen.

2020:

Umstellung auf unbefristet, wenn es für beide Seiten passt (für Neueinsteiger:innen); bei Werkstudent:innen läuft Vertrag regulär aus (in Vergangenheit des Öfteren Übernahme von Werkstudent:innen in Regelanstellung)

2019:

Umstellung auf unbefristet, wenn es für beide Seiten passt (für Neueinsteiger:innen); bei Werkstudent:innen läuft Vertrag regulär aus (in Vergangenheit des Öfteren Übernahme von Werkstudent:innen in Regelanstellung)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bewertung: 0 Punkte

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

Berichtsfragen

- Welchen Wert legt das Unternehmen auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz, und wie sieht das in der täglichen Praxis aus?
- Welche Angebote gibt es in der Kantine? Gibt es eine Küche/ Kochmöglichkeit oder Belieferung (Catering z.B. direkt vom Bauernhof, ein Obstkorb)?

Berichtsantwort

Die Mitarbeiter:innen 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:innen 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.

Anlässlich größerer bzw. längerer Teammeetings vor Ort kocht eine Mitarbeiterin mittags gesunde frische Kosten und achtet bei den Zutaten auf regionale Herkunft und vegetarische Alternativen.

Durch die Pandemiezeit hat die Präsenz etlicher Mitarbeiter:innen (vor allem der Senior Consultants) am Arbeitsort deutlich abgenommen. Gemeinsame Mittagspausen nutzen vor allem die jüngeren Kolleg:innen.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft

2021: 90 %

2020: 90 %

2019: 90 %

ca. 90 % (Kaffee, Milch, Obst & Snacks in der Regel in Bio-Qualität - wo möglich und praktisch handhabbar)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Bei unseren Besprechungen vor Ort im Büro werden gesunde Snacks wie Nüsse oder frisches Obst gereicht. Diese Maßnahme ergänzt die betriebliche Gesundheitsförderung.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Sensibilisierung für regelmäßiges, gesundes Essen für Mitarbeiter:innen, die viel unterwegs sind oder mobil arbeiten

Bewertung: 4 Punkte

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

Berichtsfragen

- Welche Verkehrsmittel benutzen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?
- Welche Möglichkeiten gibt es für Mitarbeitende, ihren Arbeitsweg umweltschonender zurückzulegen?
- Welche Anreize für umweltbewussteres Mobilitätsverhalten stellt das Unternehmen bereit – auch bei Dienstreisen?

Berichtsantwort

Unsere Reiserichtlinie sieht vor, dass alternative und umweltfreundliche Mobilitätsformen Vorrang haben. Als Anreiz bekommen die Mitarbeiter:innen die Bahncard 25, die Bahncard 50 (bei nachgewiesener betrieblicher Nutzung und Status als Senior Consultant) sowie einen internen Bahnbonus.

Zudem besteht eine betriebsinterne Anreizpolitik mit Schwerpunkt Mobiles Arbeiten, um Wege zu vermeiden (verstärkt in Anwendung seit Pandemiezeit). 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 Kund:innen oder Partner:innen akzeptiert).

Des Weiteren stehen den B.A.U.M.-Mitarbeiter:innen mehrere Betriebsfahrräder zur Verfügung. Einmal im Jahr beteiligen wir uns an der AOK-Aktion „Mit dem Rad zur Arbeit“ und am AOK-Firmenlauf in Hamm. Die Beteiligungsquoten beim Firmenlauf sind noch nicht sehr hoch. Dagegen wird das Radeln zur Arbeit populärer, vor allem seit Einführung des Dienstradleasings.

Das geleaste elektrische Dienstfahrzeug konnte nicht weiter wirtschaftlich betrieben werden, da die Nachfrage seitens der Mitarbeiter:innen zurückging (v.a. infolge der Pandemie) und wurde eingestellt.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Anreise mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß

2021:

Verkehrsmittel	**Anteil (in %)**
zu Fuß	0
Rad	9
PKW	69
Öffentliche Verkehrsmittel	22
Summe	100

2020:

Verkehrsmittel	Anteil (in %)
zu Fuß	0
Rad	6
PKW	68
Öffentliche Verkehrsmittel	26
Summe	100

2019:

Verkehrsmittel	Anteil (in %)
zu Fuß	0
Rad	10
PKW	61
Öffentliche Verkehrsmittel	29
Summe	100

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Infolge der Pandemie-Beschränkungen und daraus resultierender neuer, flexiblerer betrieblicher Lösungen sind die Präsenzzeiten der Mitarbeiter:innen im Büro deutlich zurückgegangen. Dadurch sind auch weniger Pkw-Fahrten für die Anreise zum Arbeitsort angefallen.Dies ergab eine explizite Umfrage zu den geänderten Mobilitätsgewohnheiten auf den Arbeitswegen.

Im Berichtszeitraum wurde ein Dienstradleasingangebot eingeführt, um die aktive und ökologisch verträglichere Mobilität unserer Mitarbeiter:innen zu fördern. Mindestens drei Mitarbeiter:innen nehmen das Angebot seither in Anspruch.

Außerdem bilden zwei Mitarbeiter:innen aus Bottrop und Marl eine Fahrgemeinschaft und reisen gemeinsam zu Bürobesprechungen an.Damit vermeiden sie zusätzliche CO2-Emissionen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Erhöhung der Beteiligung am Dienstradleasing

Bewertung: 6 Punkte

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse

Berichtsfragen

- Wie kann die Unternehmenskultur hinsichtlich ökologischer Aspekte beschrieben werden?
- Welche Rolle spielen ökologische Themen in Weiterbildungsangeboten und bei der Personalrekrutierung?
- Welche Sensibilisierungsmaßnahmen finden innerhalb dieses Rahmens statt?
- Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden (dies auch mit Blick auf die Anwendung im Privaten)?

Berichtsantwort

Unser Unternehmensleitbild ist annähernd allen Mitarbeiter:innen bekannt. Die Geschäftsführung und ein Großteil der Bereichsleiter:innen leben ökologisches Verhalten authentisch vor und animieren dadurch zum Nachahmen. Im Berichtszeitraum wurde die Aktualisierung des Leitbildes angestoßen. In diesem Kontext ist für das Leitbild nochmals sensibilisiert worden. Es hängt aus im Besprechungsraum und ist damit für Mitarbeiter:innen wie auch Kund:innen gut sichtbar.

Die Sensibilisierung und ökologische Bewusstseinsbildung ist bereits durch unser Kerngeschäft bei allen Mitarbeiter:innen verankert. Daher werden Mitarbeiter:innen auch in ökologische Entscheidungsprozesse einbezogen und ökologische Belange werden auf unterschiedlichen Ebenen regelmäßig thematisiert.

Verifizierungsindikatoren

Bekanntheitsgrad der Unternehmenspolitik zu ökologischem Verhalten

2021: 100 %

2020: 100 %

2019: 100 %

Akzeptanzgrad des ökologischen Betriebsangebots bei Mitarbeitenden

2021: 80 %

2020: 80 %

2019: 80 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Eine Reihe von Maßnahmen und Aktionen trug in den Jahren 2019-2021 zur weiteren ökologischen Sensibilisierung der Belegschaft bei. Nachfolgend sind entsprechende Beispiele aufgeführt

- Teilnahme an Aktionstagen für Nachhaltigkeit - Fokus Sustainable Development Goals (SDGs) - im Rahmen unseres Sommerfestes 2021
- Aktion "Insektenhotels basteln" im Rahmen des Sommerfestes 2021 zur Förderung der Biodiversität
- Teilnahme an der Aktion Stadtradeln
- Erfassung von Feinstaubwerten - B.A.U.M. wird Teil der Sensor Community
- Anschaffung eines Soda Streamer zur Aktivierung zur Nutzung von Leitungswasser
- Teilnahme an Fridays for Future Demos
- Anschaffung eines faltbaren Dienstfahrrads und weiterer Fahrräder
- u.v.m.

Verbesserungspotenziale/Ziele:
- Beteiligungsorientierte Aktualisierung unseres Unternehmensleitbildes

Bewertung: 7 Punkte

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

Berichtsfragen
- Welche der unten stehenden Negativaspekte treffen im Unternehmen zu?

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

Es gibt Geschäftsfahrzeuge der sogenannten Oberklasse (>180g/km CO2)

2021: Nein

2020: Nein

2019: Nein

Regeln, die ökologischer Nachhaltigkeit entgegenstehen

Geschäftsregeln, die ökologisch Schlechterwertiges anregen, obwohl Besserwertiges verfügbar ist

Konsumangebote mit hohem Verpackungsanteil trotz möglicher Alternativen

Verbote für die Anwendung ökologisch nachhaltiger Produkte

Im Betrieb ist ein nachlässiger Umgang mit Abfällen sichtbar, z.B. keine Abfalltrennung (Hausmüll, Betriebsabfälle, Schrott ohne Trennung in Materialien etc.)

2021: Nein

2020: Nein

2019: Nein

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bewertung: 0 Punkte

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

Berichtsfragen

- Welche Daten sind für die Mitarbeitenden in welcher Form zugänglich?
- Wie leicht/ schwer können Mitarbeitende auf die Daten zugreifen? Welche physischen, intellektuellen oder sonstigen Hürden gibt es? Und warum?
- Welche kritischen oder wesentlichen Daten stehen den Mitarbeitenden nicht zu freien Verfügung? Wieso nicht?
- Was wird getan, damit auch finanzielle Daten von allen Mitarbeitenden leicht verstanden werden können?

Berichtsantwort

Insgesamt herrscht ein hohes Maß an Offenheit: der Großteil der wesentlichen und relevanten Daten ist für alle Mitarbeiter:innen 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:innen (mit Zeiterfassungen und Zielvereinbarungen) sowie Gehälter der einzelnen Mitarbeiter:innen.

Die Institution des „6er-Klubs“ eröffnete den Senior-Consultants viele Mitwirkungsmöglichkeiten: er diente der Unterstützung des Geschäftsführers und zur Mitgestaltung bei wichtigen Entscheidungen wie Personalrekrutierung bzw. anderen strategische Entscheidungen.

Verifizierungsindikatoren

Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung)

2021: 60 %

2020: 50 %

2019: 50 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:
2019 gründeten die Junioren eigeninitiativ ein eigenes geschlossenes Austauschformat namens JEVA (Anfangsbuchstaben der Vornamen). In diesem Zusammenhang wurde intern rege die Notwendigkeit des als "exklusiv" empfundenen 6er-Klubs debattiert. Dabei war insbesondere den Junioren wichtig, Transparenz zu den Aufnahmekriterien (z.B. Status Senior Consultant) und besprochenen Inhalten zu erhalten.

Die Diskussion mündete in der Entscheidung, den 6er-Klub aufzulösen und fortan auf Ebene der Bereichsleiter:innen bzw. Produktverantwortlichen strategische und personelle Überlegungen vorzudenken, bevor zu diskutierende Vorschläge ins Plenum getragen werden. Die Mitglieder wurden von der Geschäftsführung im Konsens mit den Mitarbeiter:innen bestimmt.

Das Club-Format der Junior:innen bleibt bestehen und dient dem beruflich bezogenen Erfahrungsaustausch. Durch die Initiative der jungen Mitarbeiter:innen ist die gesamte Belegschaft zwischenzeitlich sensibler für die Beteiligung Aller geworden. Dies findet unter anderem Niederschlag in bewussterer Ansprache Jüngerer in Austauschrunden.

Verbesserungspotenziale/Ziele:
- Diskussion über Einsicht in Gesellschafterprotokolle und Transparenz über Verwendung von Überschüssen

Bewertung: 4 Punkte

C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

Berichtsfragen
- Wie werden Führungskräfte ausgewählt und von wem? Werden sie von oben eingesetzt oder von unten gewählt?
- Welche Mitwirkungsmöglichkeiten haben die Teammitglieder? Warum bzw. warum nicht?
- Welche Maßnahmen folgen aus dem Feedback der Mitarbeitenden zu ihren Führungskräften?

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

Die Institution des „6er-Klubs“ eröffnete den Senior-Consultants viele Mitwirkungsmöglichkeiten: er diente der Unterstützung des Geschäftsführers und zur Mitgestaltung bei wichtigen Entscheidungen wie Personalrekrutierung bzw. anderen strategische Entscheidungen.

Verifizierungsindikatoren

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

2021: 90 %

2020: 90 %

2019: 90 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Ein rege geführter Diskussionsprozess über Beteiligungs- und Transparenzkultur im Unternehmen mündete in der Auflösung des als "exklusiv" betrachteten 6er-Klubs (bestehend nur aus Senior Consultants) und der Neugründung einer Bereichsleiterrunde. Die Runde setzt sich zusammen aus neu definierten Bereichsleiter:innen, der Geschäfsführung und Geschäftsführungsassistenz. Die Aufnahmekriterien orientieren sich stärker an inhaltlich-strategischen Funktionen und nicht an dem Status als Senior Consultant. Das Format erfährt höhere Akzeptanz im Kollegium und dient der Vorbereitung strategischer Entscheidungen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bewertung: 2 Punkte

C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

Berichtsfragen

- Bei welchen Entscheidungen können die Mitarbeitenden wie mitwirken?
- Welche bisherigen Erfahrungen gibt es mit der Partizipation der Mitarbeitenden?
- Was wird im Unternehmen getan, damit mehr Mitarbeitende mehr Verantwortung und Entscheidungen übernehmen können?

Berichtsantwort

Das Thema Partizipation hat traditionell einen großen Stellenwert für uns. Sowohl auf der strategischen als auch auf der operativen Ebene sorgen etliche „Institutionen“ für eine rege Beteiligung der Mitarbeiter:innen

Einmal jährlich findet ein zweitägiges Strategietreffen und fünfmal jährlich ein „Big Jour Fixe“ am Standort Hamm statt. Der Big Jour Fixe wird dazu genutzt, Fortschritte und Herausforderungen im gesamten B.A.U.M.-Team zu besprechen. Über E-Mails, wöchentliche virtuelle Jour Fixe (alle vier Wochen für Austausch zu Fokusthema verwendet) sowie internetbasierte Instrumente (Bitrix-

Chat) ist es den Teams möglich, abteilungsübergreifend miteinander zu kommunizieren und verschiedene Themen zu steuern.

In der Bereichsleiterrunde werden aktuelle Herausforderungen und Anliegen sowie strategische und personelle Fragen mit der Geschäftsführung besprochen (siehe C4.2). Im Zuge dieser Besprechungen werden Maßnahmenideen kontinuierlich weiterverfolgt.

Im Vorfeld der alljährlichen gemeinsamen Klausurtagung mit den weiteren B.A.U.M.-Gesellschaften („Big Tree“) und der internen Big Jour Fixe haben alle Mitarbeitender:innen die Möglichkeit, sich mit eigenen Themen einzubringen. Seit Anbeginn der Corona-Pandemie konnten die standortübergreifenden analogen nicht mehr stattfinden. Als Ersatzformat ist der "Apfelbaum" ins Leben gerufen worden - ein wöchentlicher virtueller Austausch zu aktuellen Themen (fachlich als auch organisationsbezogen). Zusätzlich sind neue bereichsbezogene Jour Fixe entstanden (Bereiche Marketing, Betriebliches Mobilitätsmanagement, Nachhaltigkeits-Dialog).

Neue Praxen zur Konsensfindung werden ebenfalls erprobt. So wurde im Jahr 2018 von unserer Geschäftsführung eine Summe für eine gemeinwohlorientierte Aktivität zur Verfügung gestellt. Durch einen moderierten Prozess des systemischen Konsensierens sind Mitarbeiter:innenideen erfasst und auf Widerstand gemessen worden. Im Ergebnis ist die Wahl auf die Durchführung eines Sommerfestes mit Angehörigen der Mitarbeiter:innen gefallen. Die Zufriedenheit mit dem Abstimmungsprozess fiel sehr hoch aus.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/ Mitwirkung/ Mitentscheidung getroffen werden

2021: 85 %

2020: 85 %

2019: 85 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Zur Stärkung der internen Partizipation erprobten wir im Jahr 2019 neue Formen der Abstimmung. Mithilfe des Ansatzes des systemischen Konsensierens implementierten wir einen gemeinwohlorientierten Ideenwettbewerb: die Geschäftsführung lobte eine vierstellige Summe für jene Mitarbeiter:innenidee mit hoher Gemeinwohlwirkung aus, die mittels Widerstandsmessung den höchsten Zuspruch erfahren würde. Der Maßnahmenvorschlag "Sommerfest mit Familienangehörigen" erfuhr die breiteste Akzeptanz und wurde im Spätsommer 2019 durchgeführt.

In der Pandemiezeit wurde auf Anregung einer Mitarbeiterin die Taktung unserer regelmäßigen Jour Fixe erhöht, von zweiwöchentlich auf wöchentlich erhöht, um die interne Kommunikation zu

verbessern und Beteiligung auch in Lockdown-Zeiten zu erhalten. Alle 4 Wochen wird der Jour Fixe zu einem thematisch fokussierten Dialog.

Auch standortübergreifend entstand das Bedürfnis nach virtuellem Austausch, so dass mit dem "Apfelbaum" ein Wissens- und Austauschformat für die Mitarbeiter:innen aller B.A.U.M. Gesellschaften in Deutschland geschaffen wurde

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bewertung: 4 Punkte

C4.4 Negativ-Aspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Berichtsfragen

- Gibt es einen Betriebsrat? Wenn nicht, warum nicht?
- Welche alternativen Maßnahmen setzt das Unternehmen anstelle der Gründung eines Betriebsrates?
- Welche Unterstützungsmaßnahmen für einen Betriebsrat gibt es? Wie werden die Mitarbeitenden zu einer Gründung ermutigt?

Berichtsantwort

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 Mitarbeiter:innen bestehen.

Verifizierungsindikatoren

Betriebsrat: vorhanden/ nicht vorhanden

2021: Nein

2020: Nein

2019: Nein

Betriebsrat vorhanden: seit wann?

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bewertung: 0 Punkte

D Kund*innen und Mitunternehmen

D1 Ethische Kund*innenbeziehungen

D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen

Berichtsfragen

- Wie werden neue Kund*innen gewonnen und wie Stammkund*innen betreut?
- Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kund*innennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?
- In welcher Form werden ethische Aspekte bei der Werbung und im Verkaufsprozess berücksichtigt?
- Wie wird auf Kund*innenwünsche und Reklamationen eingegangen und ein pragmatisches Vorgehen gesichert?

Berichtsantwort

Alle Berater:innen sind in die Akquise eingebunden. Seit Beendigung des Arbeitsverhältnisses mit einer Vertriebsmitarbeiterin ist kein/e Nachfolger:in eingestellt worden. Die Akquise läuft künftig ohne expliziten Vertriebssupport.

Alle Mitarbeiter:innen 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.

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

<u>Neukundengewinnung</u>

Neue Kunden für öffentlich geförderte Gruppenprojekte wie ÖKOPROFIT oder FamUnDo akquirieren wir gemeinsam mit den kommunalen Partnern (Stadtverwaltungen, Wirtschaftsförderungen, IHKen etc.) durch Ansprache der ortsansässigen Unternehmen (postalische und elektronische Anschreiben, Infoveranstaltungen, in geringer werdendem Umfang auch Unternehmensbesuche nach vorheriger Terminvereinbarung). Dabei greifen wir i.d.R. auf Adressbestände der Partner:innen zurück.

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

- unsere Mitstreiter:innen 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 nur 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 (DSGVO-konform 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 Renommée 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

Die Kundenpflege ist im Berichtszeitraum professionalisiert und intensiviert worden. Dazu trug maßgeblich die Einführung einer neuen Software bei, die unter anderem den Aufbau eines datenschutzkonformen, aktuellen CRM ermöglicht.

Anlassbezogen informieren wir Kund:innen per Mail oder gelegentlich per Telefon (von persönlichen Berater:innen) über neue Projekte bzw. Marktentwicklungen oder Verpflichtungen (z.B. Durchführung eines Energieaudits). Dabei legen wir viel Wert darauf, dass die gestreuten Informationen möglichst zielgerichtet bei der Zielgruppe ankommen und inhaltliche Relevanz aufweisen.

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.

Im Berichtszeitraum ist mit unserem alljährlichen Grünkohlessen ein wiederkehrendes Kundenbindungsformat geschaffen worden. Der Verteiler besteht aus engen Kund:innen und Partner:innen. Bislang konnte das Event dreimal nacheinander jeweils im November stattfinden. Die Resonanz war jeweils erfreulich. Im Schnitt nahmen 30-40 Personen daran teil. Einem inhaltlichen Impuls zu einem Fokusthema (Gemeinwohlökonomie, Betriebliches Mobilitätsmanagement, Vereinbarkeit von Beruf und Familie) folgte ein lockerer Austausch bei selbst gekochtem Grünkohl (vegetarische Option inklusive). Seit der Corona-Pandemie pausiert das Format.

Kundennutzen vor Umsatzstreben?

Der Kundennutzen steht bei uns an allererster Stelle. Intern besteht wenig Verkaufsdruck, da es auch keine Form der Sanktionierung gibt, wenn Umsatzziele nicht erreicht werden. Entsprechend kundenorientiert können wir arbeiten und bieten den Kund:innen 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 existiert nicht. Allerdings achten wir darauf, die Werbeausgaben möglichst gering und die Werbefrequenz niedrig zu halten. Werbeausgaben werden in der Regel nur für die Aktualisierung von Werbematerialien und eine Anzeige im Magazin der FUgE Hamm aufgewendet. Kundendaten behandeln wir vertraulich und geben Sie nicht an externe Organisationen weiter. So wird der quartalsweise erscheinende ÖKOPROFIT-Newsletter von uns und unseren Marktbegleiter:innen 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. Umleitungen auf Mobiltelefone sind selbstverständlich.

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.

Verifizierungsindikatoren

Übersicht Budgets für Marketing, Verkauf, Werbung: Ausgaben für Maßnahmen bzw. Kampagnen

2021:

Maßnahmen	Budget (in €)	Anteil (in %)
Werbematerialien und Anzeige in FUgE-Magazin	1.509	

2020:

Maßnahmen	Budget (in €)	Anteil (in %)
Werbematerialien und FUgE-Anzeige	8012 Euro	

2019:

Maßnahmen	Budget (in €)	Anteil (in %)
Werbematerialien und FUgE-Anzeige	1493 Euro	

Fixe Bestandteile der Bezahlung von Verkaufsmitarbeitenden

2021: 100 %

2020: 100 %

2019: 100 %

Umsatzabhängige Bestandteile der Bezahlung von Verkaufsmitarbeitenden

2021: 0 %

2020: 0 %

Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: ja/ nein?

2021: Ja

2020: Ja

2019: Ja

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:
Zur engeren Bindung unserer Kundschaft haben wir 2017 das Format "B.A.U.M. tischt auf" ins Leben gerufen. Jedes Jahr im November luden wir dafür unsere Kund:innen zum gemeinsamen Grünkohlessen in unser Baumhaus ein. Jede Veranstaltung stand unter einem thematisch fokussierten Impuls (z.B. Gemeinwohlökonomie, Vereinbarkeit von Beruf und Familie Betriebliches Mobilitätsmanagement), der zur Diskussion bei Speis und Trank einlud und den Austausch untereinander förderte. Seit den Lockdown-Phasen ruht das Format.

Zwecks Konformität mit den neuen Vorgaben der gesetzlichen Datenschutzvorgaben (DSGVO) und sicherem Umgang mit den sensiblen Daten unserer Kund:innen führten wir 2020 ein entsprechend konformes professionelles CRM ein und bauten ein Datenschutzmanagement auf.

Verbesserungspotenziale/Ziele:
- Wiederaufnahme B.A.U.M. tischt auf (Pausiert seit Corona-Beschränkungen)
- Ausweitung des kooperativen Marketings mit Mitunternehmen auf Social-Media-Kanälen wie LinkedIn inkl. Wirkungsmessung (z.B. Engagement Report auf LinkedIn)

Bewertung: 5 Punkte

D1.2 Barrierefreiheit

Berichtsfragen
- Welche Hürden betreffen den Kauf und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen?
- Welche benachteiligten Kund*innengruppen werden als Zielgruppe berücksichtigt?
- Wie wird benachteiligten Kund*innen der Zugang und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen erleichtert?
- Ausschließlich für B2B: Wie wird sichergestellt, dass kleinere und gemeinwohlengagierte Unternehmen mindestens gleichwertige Konditionen und Services wie Großabnehmer*innen erhalten?

Berichtsantwort

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) und FamUnDo (Familienbewusste Unternehmen in Dortmund). 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:innen 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 Partnerinstitutionen 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 konnten bis 2021 der ÖKOPROFIT®-Website entnommen werden. Sie wird in 2023 vom NRW-Umweltministerium überarbeitet. Auch auf unserer B.A.U.M.-Website kommunizieren wir das Projekt entsprechend.

Der Großteil unserer Berater:innen 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:innen 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.

Im Berichtszeitraum sind graduelle optische Anpassung der Website erfolgt, um die Farbkontraste und damit die Lesbarkeit für Menschen mit Sehschwächen zu verbessern. Der geplante Relaunch samt benutzerfreundlicher Adaption der Website für mobile Endgeräte verzögert sich infolge der Pandemie, die das Projekt hat in den Hintergrund rücken lassen.

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. Insgesamt findet wenig Kund:innenverkehr am Betriebsstandort statt.

Verifizierungsindikatoren

Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innengruppen gekauft wird

2021: 20 %

2020: 20 %

2019: 20 %

Schätzwerte

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Wir unterstützen immer wieder Vereine, soziale Unternehmen etc., die an unseren Projekten wie ÖKOPROFIT teilnehmen möchten, indem wir reduzierte Teilnahmegebühren gewähren oder hinweisen auf entsprechende Fördertöpfe wie BAFA-Förderung zum unternehmerischen Know-How. Auch bei der Antragsstellung haben wir im Berichtszeitraum in einigen Fällen unterstützt.

Im Rahmen des Projektes "ÖKOPROFIT Vest Recklinghausen" haben wir 2021 einen reduzierten Gruppentarif für 2 Schulen und 1 Kita eingeräumt und acht Marler Schulen und Kitas die Teilnahme am ÖKOPROFIT-Klub "REBOEN 2020/2021" ermöglicht.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bewertung: 5 Punkte

D1.3 Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen

Berichtsfragen

- Welche konkreten Werbe- oder Verkaufsmaßnahmen sind kritisch oder könnten unethisch sein? Warum? Und was wären ethische Alternativen?
- Welche Werbemaßnahmen gehen über eine informative Homepage, neutrale Produktinformationen, Nutzungshinweise oder Wissensvermittlung hinaus?

Berichtsantwort

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

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Werbeausgaben, die auf ethische Kampagnen entfallen

Anteil der Werbeausgaben, die auf unethische Kampagnen entfallen

2021: 0 %

2020: 0 %

2019: 0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bewertung: 0 Punkte

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen

Berichtsfragen

- Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert, und welche Ziele werden dabei verfolgt?
- Mit welchen Unternehmen werden in Zukunft in welchen Bereichen Kooperationen angestrebt?
- In welchen Bereichen werden Wissen und Informationen mit Mitunternehmen geteilt?
- Welche Maßnahmen zur Erhöhung der Branchenstandards wurden/werden umgesetzt bzw. sind in Planung?

Berichtsantwort

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.

Auch in diversen weiteren Projektzusammenhängen kooperieren wir intensiv und vertrauensvoll mit Marktbegleiter:innen wie EcoLibro (Mobil.Pro.Fit.) oder a tempo beratung & coaching (FamUnDo) und teilen aktiv Wissen, Informationen sowie Umsätze. Besonders hervorzuheben ist das stark wachsende Beratungssegment "Betriebliches und Kommunales Mobilitätsmanagement".

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
- FUgE Hamm

Ein Beispiel für die Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards ist die 2020 im Auftrag des IASS in Potsdam erstellte PUNA Studie (Publizitätspflicht zur Nachhaltigkeit. Entwicklung eines Anforderungskatalogs für einen universellen Standard (PuNa-Studie).

Verifizierungsindikatoren

Wie hoch ist der investierte Aufwand für Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens – in Stunden/ Jahr?

2021: 500 Stunden

2020: 500 Stunden

2019: 500 Stunden

Wie hoch ist der investierte Aufwand für Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens – als %-Anteil?

2021: 2 %

2020: 2 %

2019: 2 %

Wie viel Prozent von Zeit/ Umsatz werden durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet/ erzielt?

In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen?

2021:

Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards – Nein

Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying) – Ja

Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards – Ja

Individuelle Indikatoren

Anteil des Gesamtumsatzes, der mit Partner:innen geteilt wurde

2019 - Von 1.093.616,37 Euro Umsatz sind 240.920,37 Euro Fremdkosten, die uns von Partnerunternehmen berechnet worden sind. D.h. etwa 22 % des Gesamtumsatzes.

2020 - Von 1.467.237,67 Euro Umsatz sind 358.410,15 Euro Fremdkosten, die uns von Partnerunternehmen berechnet worden sind. D.h. etwa 24,4 % des Gesamtumsatzes.

2021 – von 1.160.070,46€ Umsatz sind 205.433,34€ Fremdkosten, die uns von Partnerunternehmen berechnet worden sind. D.h. etwa 17,7% des Gesamtumsatzes

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:
Im Berichtszeitraum haben wir unsere Kooperationen mit Marktbegleiter:innen fortgeführt und intensiviert. Dabei teilen wir häufig auf Aufträge.

- Wissensaustausch und-transfer innerhalb der B.A.U.M.-Group: regelmäßige Telkos der Geschäftsführer und gemeinsames jährliches Strategietreffen aller B.A.U.M.-Mitarbeitenden
- Gemeinsame Vermarktung der B.A.U.M.-Group
- Fortführung der Kooperationen mit dem B.A.U.M. e.V. und Verbänden wie DEPOMM
- Vernetzung mit diversen weiteren ÖKOPROFIT-Berater:innen 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.
- Kooperation mit a tempo beratung & coaching in Dortmund im Zusammenhang mit dem lokalen Verbundprojekt FamUnDo (Familienbewusste Unternehmen in Dortmund)
- Intensivierung der Zusammenarbeit mit EcoLibro im Bereich Mobilitätsberatung
- Neue Kooperationen mit Green Adapt im Rahmen von gemeinsamen Projekten zur Klimafolgenanpassung
- Durchführung der PUNA Studie - Publizitätspflicht zur Nachhaltigkeit. Entwicklung eines Anforderungskatalogs für einen universellen Standard (PuNa-Studie) mit Partnern wie dem BVMW
- Teilnahme (mit Fachimpuls) am erscp - European Roundtable on Sustainable Consumption and Production in Graz (https://erscp2021.eu/), einem Forum mit 300 international Teilnehmenden aus der Nachhaltigkeitswirtschaft und geteiltes Wissen über einen Artikel zum CheckN in den Conference Proceedings
  https://www.tugraz-verlag.at/gesamtverzeichnis/unkategorisiert/proceedings-of-the-20th-european-roundtable-on-sustainable-consumption-and-production-ebook/

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bewertung: 6 Punkte

D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen

Berichtsfragen

- In welchen Bereichen verhält sich das Unternehmen solidarisch gegenüber anderen Unternehmen und hilft uneigennützig?

Berichtsantwort

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.

Wenn ein anderer B.A.U.M. Consult-Standort in finanzieller Not ist, helfen wir uns gegenseitig mit Übergangskrediten aus.

Verifizierungsindikatoren

Wie viele Arbeitskräfte bzw. Mitarbeitendenstunden wurden an Unternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

2019 - Von 1.093.616,37 Euro Umsatz sind 240.920,37 Euro Fremdkosten, die uns von Partnerunternehmen berechnet worden sind. D.h. etwa 22 % des Gesamtumsatzes.2020 - Von 1.467.237,67 Euro Umsatz sind 358.410,15 Euro Fremdkosten, die uns von Partnerunternehmen berechnet worden sind. D.h. etwa 24,4 % des Gesamtumsatzes.2021 – von 1.160.070,46€ Umsatz sind 205.433,34€ Fremdkosten, die uns von Partnerunternehmen berechnet worden sind. D.h. etwa 17,7% des Gesamtumsatzes.

Wie hoch ist die Summe an Finanzmittel, die an Unternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

2020:

Unternehmenskategorie	Summe an Finanzmitteln (in €)	Anteil vom Umsatz (in %)	Anteil vom Gewinn (in %)
Weitergegeben an Firmen anderer Branchen	1.467.237,67	0	0
Weitergegeben an Firmen der gleichen Branche	1.467.237,67	24,4	

2019:

Unternehmenskategorie	Summe an Finanzmitteln (in €)	Anteil vom Umsatz (in %)	Anteil vom Gewinn (in %)
Weitergegeben an Firmen anderer Branchen	1.093.616,37	0	0
Weitergegeben an Firmen der gleichen Branche	1.093.616,37	22	

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:
Nachstehend sind Beispiele für fortgeführte oder neue Kooperationen genannt, die auch in Solidarität für Mitunternehmen münden, da wir Aufträge abgeben und damit die Wirtschaftlichkeit unserer Partner mit sichern:

- mobil gewinnt: Aufträge geteilt zwischen B.A.U.M. Consult Gesellschaften und B.A.U.M. e.V.
- 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.
- 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.
- Erstellung eines Klimawandelanpassungskonzeptes für die Stadt Hamm gemeinsam mit B.A.U.M. Consult Berlin München und Green Adapt
- Erstellung von kommunalen (Elektro-)Mobilitätskonzepten in Dortmund und Hamm gemeinsam mit EcoLibro

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bewertung: 6 Punkte

D2.3 Negativ-Aspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Berichtsfragen

- In welchen Bereichen könnte das Unternehmen andere Unternehmen stören, blockieren oder schädigen?
- Welche Rolle spielt es, Marktanteile zu erobern, und wie wird mit dem Ziel der Marktführerschaft umgegangen?

Berichtsantwort

Kein Missbrauch der Marktmacht und daher auch keine Entwicklungspotentiale.

Verifizierungsindikatoren

Findet ein wertender Vergleich (besser/ schlechter bzw. im USP) mit der Leistung und den Angeboten von Mitunternehmen in der Kommunikation statt?

2021: Nein

2020: Nein

2019: Nein

Wird zumindest bei einem Produkt bzw. einer Dienstleistung eine Dumpingpreisstrategie verfolgt?

2021: Nein

2020: Nein

2019: Nein

Werden geheime/ verdeckte Preisabsprachen mit anderen Unternehmen getroffen?

2021: Nein

2020: Nein

2019: Nein

Ist die Maximierung der Marktanteile auf Kosten von Mitunternehmen, Kund*innen oder Produzent*innen in der Unternehmensstrategie verankert?

2021: Nein

2020: Nein

2019: Nein

Werden für eigene Produktideen zahlreiche Patente erwirkt, die selbst nicht weiterverfolgt oder genutzt werden und die andere Unternehmen bei der Weiterentwicklung/ Forschung/ Innovation blockieren könnten bzw. sollen?

2021: Nein

2020: Nein

2019: Nein

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bewertung: 0 Punkte

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

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

Berichtsfragen

- Inwieweit sind dem Unternehmen die ökologischen Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen bekannt?
- Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen?
- Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert?
- Wie wird die Reduzierung ökologischer Auswirkungen hinsichtlich Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen im Geschäftsmodell berücksichtigt?

Berichtsantwort

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

Ökologische Auswirkung durch Inanspruchnahme unserer Dienstleistung "Nachhaltigkeitsberatung“ 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 und Sensibilisierung für Suffizienzmaßnahmen in der Belegschaft.

Reisen zu Beratungsterminen haben bei uns die größten variablen ökologischen Auswirkungen. Im Zuge der Erstellung unserer DNK-Erklärungen (Deutscher Nachhaltigkeitskodex) wurden unsere ökologischen Auswirkungen (gefahrene km, CO_2-Verbrauch etc.) bereits erfasst. Treibhausgasemissionen sind damit transparent.

Generell achten wir auf den Dreiklang Vermeiden - Reduzieren - Kompensieren. Bezüglich unserer betrieblichen Mobilität bedeutet dies, dass Verkehre gemieden werden, wenn es möglich ist (Anreize: Ausweitung mobiles Arbeiten, wohnortnaher Projekteinsatz, Durchführung von virtuellen Kundenterminen). Für die möglichst klimaschonende Bewältigung unserer Dienstreisen schaffen wir eine Reihe von Anreizen wie eine nachhaltige Reiserichtlinie, das kostenfreie

Arbeitgeberladen für E-Autofahrer:innen oder die Gewährung eines Bahnbonus. Den Bahnbonus erhalten jene Mitarbeiter:innen, 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 Beschäftigten ausgezahlt. Die Bereitstellung von Dienstfahrrädern erleichtert die klimafreundliche Anreise zu Kund:innen in Hamm.

Punktuell erfolgte Interkontinentalflüge nach Japan zur Unterstützung beim Aufbau eines B.A.U.M.-Standortes wurden finanziell kompensiert.

Individuelle Indikatoren

Dienstreisen

Im Jahr 2021 wurden 37.415 km Dienstwege mit dem Pkw zurückgelegt, davon 7.802 km batterieelektrisch. Auf die Bahn sind 9.841 km der Dienstwege entfallen.

Im Jahr 2020 wurden 46.635 km Dienstwege mit dem Pkw zurückgelegt, davon 9.538 km batterieelektrisch. Auf die Bahn sind 9.538 km der Dienstwege entfallen.

Im Jahr 2019 wurden 138.410 km Dienstwege zurückgelegt, davon 51 % mit der Bahn, 37 % mit einem Verbrenner-Pkw (68.155 km) und 12 % mit batterieelektrischen Fahrzeugen (17.220 km).

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Die Installation von Ladeinfrastruktur für E-Autos am Betriebsstandort führt dazu, dass Mitarbeiter:innen künftig auch Pkw mit elektrischen Antrieben bei uns (kostenfrei) aufladen können. Dies nimmt bislang ein Mitarbeiter in Anspruch. Die Anschaffung von Betriebsfahrrädern ermöglicht die umweltfreundliche Anfahrt zu Kundenterminen in Hamm. Erforderliche Interkontintentalflüge nach Japan (im Zuge der Gründung einer neuen B.A.U.M.-Gesellschaft) kompensieren wir.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Kompensation von unvermeidbaren Treibhausgasemissionen
- Einführung eines Mobilitätsbudgets
- Weitere Reduzierung der Pkw-Mobilität auf Dienstreisen

Bewertung: 8 Punkte

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

Berichtsfragen

- Inwieweit ist Suffizienz bzw. eine maßvolle Nutzung im Geschäftsmodell verankert?

- Inwieweit findet im Unternehmen eine Auseinandersetzung mit Suffizienz bzw. maßvoller Nutzung der Produkte und Dienstleistungen statt?
- Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?
- Welche Produkte und Dienstleistungen zielen auf eine maßvolle Nutzung ab bzw. unterstützen diese?
- Inwieweit zielt die Kommunikation des Unternehmens mit Kund*innen und Konsument*innen auf die Förderung von maßvoller Nutzung ab?

Berichtsantwort

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 wie ÖKOPROFIT und Einzelberatungen steht neben Effizienzansätzen auch die Suffizienz im Mittelpunkt der Beratung. Wir sensibilisieren unsere Kundschaft auf individueller Ebene 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 Nutzerverhaltens initiiert werden können (Bsp. Reiserichtlinie pro ÖPNV & Carsharing, Ideenwettbewerbe, Nachhaltigkeitstage für Belegschaft). Die Erfolgsbilanzen der einzelnen ÖKOROFIT-Projektrunden und konkreten Maßnahmenprogramme der teilnehmenden Unternehmen werden am Ende der Projekte in jeweiligen Ergebnisbroschüren festgehalten und von den kommunalen Partner:innen veröffentlicht. 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 unsere Kund:innen 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, um „überflüssige“ Fahrten zu vermeiden. 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.

Das zunehmend nachgefragte Handlungsfeld Mobilitätsberatung/Betriebliches Mobilitätsmanagement birgt besonders große Suffizienzpotentiale. Im Beratungskontext können unsere Berater:innen sehr gezielt Suffizienzmaßnahmen diskutieren und anregen. Infolge der

Corona-Pandemie ist die Bereitschaft in der Kundschaft zu Ansätzen der Verkehrsvermeidung deutlich gestiegen. Die Förderungen der Bundesregierung im Bereich Elektromobilität generieren zusätzliche Umstiegsimpulse für nachhaltigere Dienst- und Arbeitswege.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:
Im Jahr 2019 führten wir etliche interne Workshops zur Sensibilisierung für die drei Nachhaltigkeitspfade Effizienz, Suffizienz, Konsistenz durch - mit besonderem Augenmerk auf Suffizienzpotentialen. Daraus resultierten auch Workshopunterlagen, die wir beim Kunden einsetzen.

Die Ausweitung unserer Mobilitätsberatungen geht einher mit Aktivitäten der Bewusstseinsbildung für die Suffizienzsteigerung in Betrieben im Zusammenhang mit deren betrieblicher Mobilität.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bewertung: 8 Punkte

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

Berichtsfragen

- In welchen Bereichen wird eine übermäßige Nutzung über Preisgestaltung, Anreizsysteme, geplante Obsoleszenz etc. gefördert bzw. bewusst in Kauf genommen?
- Bei welchen Produkten und Dienstleistungen können mit einer oder wenigen Nutzung(en) durch jeden Menschen oder durch gleichbleibendes bzw. steigendes Nutzungsniveau die globalen Belastungsgrenzen überschritten werden?

Berichtsantwort

Keine.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bewertung: 0 Punkte

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

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

Berichtsfragen

- Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kund*innen eingeräumt, und wie wird darüber kommuniziert?
- Werden Produkte und Dienstleistungen mit einer höheren Nachhaltigkeitswirkung gemeinsam mit Kund*innen entwickelt?
- Mit welchem Ziel wird Marktforschung eingesetzt?

Berichtsantwort

Kund:innen haben vielfältige Möglichkeiten zur Mitsprache und Mitentscheidung. Der Draht zur Geschäftsführung ist direkt und kurz. Auch die jeweiligen Berater:innen 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 oder FamilyProfit. Aber auch in den Verbundprojekten offerieren wir die Möglichkeit, Anregungen und Verbesserungsideen einzubringen, Themenwünsche für die Netzwerktreffen und Vor-Ort-Beratungen zu platzieren.

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:innen 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. Die Idee geht zurück auf eine Kundenanfrage (Aquapark Management).
- Im Rahmen des ÖKOPROFIT-Klubs haben die teilnehmenden Unternehmen ebenfalls Spielraum zur Mitentscheidung: durch Mitbestimmung von Nachhaltigkeitshemen für die Netzwerktreffen können wir Kundenwünschen nachkommen.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen, die mit der Beteiligung von Kund*innen entstanden sind

2021: 80 %

2019: 80 %

Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund*innen entstanden sind

2021: 1

2019: 1

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Wir legen Wert darauf, neue Produkte im Sinne der Nachhaltigkeit gemeinsam mit den späteren Anwender:innen zu entwickeln und zu erproben. In den letzten Jahren ist dieser Ansatz gelebte Praxis geworden.

Im Berichtszeitraum ist mit dem CheckN 2019 ein neues Produkt mit bzw. am Kunden entwickelt worden. Der CheckN dient der Erfassung der betrieblichen Nachhaltigkeit innerhalb eines halbtägigen Workshops entlang der Sustainable Development Goals. Ein eigens entwickelter Zielfragenkatalog ermöglicht die Übersetzung der global gültigen Ziele für die betriebliche Praxis. Im Rahmen des ÖKOPROFIT-Klubs in Ostwestfalen-Lippe hat eine Reihe von Unternehmen das neue Produkt getestet. Die inhaltlichen Verbesserungsvorschläge sind entsprechend eingeflossen.

Zwei Jahre später folgte eine Adaption des CheckN-Formates auf das Thema Klimafolgenanpassung im Betrieb - ebenfalls unter Kundenmitwirkung.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Gründung eines institutionalisierten Kund:innenbeirates (z.B. im ÖKOPROFIT-Klub OWL) für fortlaufende Begleitung von Produktentwicklung

Bewertung: 6 Punkte

D4.2 Produkttransparenz

Berichtsfragen

- Wie öffentlich und transparent sind Produktinformationen?
- Inwieweit werden alle Inhaltsstoffe und ökologisch relevanten Informationen ausgewiesen?
- Welche Informationen zur Preisfindung entlang der Wertschöpfungskette werden ausgewiesen?

- Was ist über den Umfang der sozioökologischen Belastungen, die durch die Produkte und Dienstleistungen entstehen und die nicht in den Preisen enthalten sind, bekannt (sog. Externalisierung)?

Berichtsantwort

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: die kommunalen Partner:innen bewerben das Projekt über ihre Kommunikationskanäle. Wir stellen Flyermaterial und auf Wunsch auch Presstexte bereit.

Die Transparenztiefe auf den kommunalen Webseiten sowie die Teilnahmegebühren variieren dabei. Die Preise können in jedem Fall bei unseren Projektleiter:innen bzw. den kommunalen Ansprechpartner:innen 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:innen 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 Teilnehmer:innen unserer Verbundprojekte stets alle Vorträge aus den Netzwerktreffen im Nachgang zur Verfügung gestellt werden (inklusive Kontaktdaten der Referent:innen). In den Protokollen der Vor-Ort-Beratungstermine sind außerdem alle Projektschritte und vereinbarten Maßnahmen schriftlich festgehalten.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes)

nicht zutreffend

Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes)

2021: 20 %

2020: 20 %

2019: 20 %

Schätzung bezieht sich auf ÖKOPROFIT-Infoflyer mit Preisangaben und CheckN-Produktinfoblatt

Ausmaß der externalisierten Kosten von Produkten und Dienstleistungen

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:
Für unseres mit Kund:innen entwickeltes Beratungsprodukt "CheckN- der Nachhaltigkeitskompass entlang der SDGs" haben wir ein Produktinfoblatt mit Preisangaben erstellt und liefern damit entsprechende Preistransparenz. Der B.A.U.M. e.V. bewirbt das Produkt bei seinen Mitgliedern und gewährt einen zusätzlichen Rabatt für seine Mitglieder (siehe https://www.baumev.de/News/9451/CheckNDieSDGsalsNachhaltigkeitskompassimBetrieb.html)

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bewertung: 3 Punkte

D4.3 Negativ-Aspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Berichtsfragen
- Enthalten die Produkte Schadstoffe für Kund*innen oder die Umwelt?
- Gibt es schädliche Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte?

Berichtsantwort
nicht relevant

Verifizierungsindikatoren
Anteil der Produkte mit Gefahrenstoffen oder Gebrauchsrisiken, die nicht transparent öffentlich deklariert werden (in % des Umsatzes)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bewertung: 0 Punkte

E Gesellschaftliches Umfeld

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

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

Berichtsfragen

- Welche der neun Grundbedürfnisse (siehe weiterführende Informationen) erfüllen die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens?
- Welche der Produkte und Dienstleistungen sind Luxusprodukte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenverbrauchende Produkte und Dienstleistungen des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können?
- In welcher Form dienen die Produkte und Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?
- Welche gesellschaftlichen bzw. ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch die Produkte und Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert?

Berichtsantwort

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, Partizipation der Mitarbeiter:innen und weiterer relevanter Berührungsgruppen, Kooperationen und Gedeihen der Unternehmen und Kommunen selbst.

Beispiele für die Erfüllung von Grundbedürfnissen

- Förderung des nachhaltigen Wirtschaftens durch Energieeffizienz- und Klimaschutzmaßnahmen als Risikovorsorge, Beitrag zur Existenzsicherung von Unternehmen, insbesondere von KMU (Begleiteffekt: Arbeitsplatzsicherung)
- FamUnDo: Gesundheitsförderung und Förderung der Gleichberechtigung 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): Beitrag zur persönlichen Weiterentwicklung der Mitarbeiter:innen 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:

1. SDG Nr. 4: Hochwertige Bildung (Vermittlung von detailliertem Umwelt- und Nachhaltigkeits-Know-how in Workshops der Erwachsenenbildung)
2. SDG Nr. 5: Geschlechtergleichstellung (Förderung Vereinbarkeit von Beruf und Familie durch FamUnDo)
3. SDG Nr. 7: Bezahlbare und saubere Energie (Information über und Hinwirken auf den Einsatz erneuerbarer Energien in zahlreichen Projekten zum Energiemanagement, ÖKOPROFIT, DGQ-Kursen)
4. SDG Nr. 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum (Lieferantenmanagement zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Lieferkette, Zukunftssicherung von Unternehmen durch Nachhaltiges Wirtschaften)
5. SDG Nr. 9: Industrie, Innovation und Infrastruktur. Förderung der nachhaltigen Mobilität durch öffentlich geförderte Programme zum Betrieblichen Mobilitätsmanagement (mobil gewinnt)
6. SDG Nr. 11: Nachhaltige Städte und Gemeinden. Bps. Kommunale Klimaschutzkonzepte
7. 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
8. SDG Nr. 13: Maßnahmen zum Klimaschutz. Bsp. SDG ist Kern des Projektes ÖKOPROFIT
9. 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 gewinnt und FamUnDo erfüllen mehrfachen positiven Nutzen (Entwicklung der Menschen, Erhalt der Lebensgrundlagen (individuell und der Welt)

Kunden von B.A.U.M. sind äußerst divers. Die beratenden Unternehmen entstammen aller Branchen und weisen die unterschiedlichsten Betriebsgrößen auf (Fokus KMU). Dementsprechend variieren auch die Geschäftsmodelle und angebotenen Produkte bzw.

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.

Bei Kundenanfragen wird in ethischen Zweifelsfällen im Team eine Lösung gefunden.

Zur Verbreitung der SDGs in der Wirtschaft und den Kommunen flechten wir die globalen Nachhaltigkeitsziele in immer mehr Beratungsprodukte ein. Im Rahmen von Verbundprojekten wie ÖKOPROFIT werden die SDGs als globaler Handlungsrahmen für eine zukunftsfähige Welt eingeführt und themenbezogen bespielt. Unser Beratungsprodukt CheckN zielt konkret auf die Überprüfung des Erfüllungsgrads der SDGs in den beratenen Unternehmen

Verifizierungsindikatoren

Anteil in % des Gesamtumsatzes für erfüllte Grundbedürfnisse

2021: 40 %

2020: 40 %

2019: 40 %

Sensibilisierung für nachhaltige Lebensführung trägt bei zu Erhalt der Lebensgrundlagen und damit zur Erfüllung von Grundbedürfnissen

Anteil in % des Gesamtumsatzes für erfüllte Bedürfnisse nach Statussymbolen bzw. Luxus

2021: 0 %

2020: 0 %

2019: 0 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Entwicklung der Menschen

2021: 30 %

2020: 30 %

2019: 30 %

auch durch Verbreitung der SDGs im Rahmen von CheckN und ÖKOPROFIT

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Entwicklung der Erde/ Biosphäre

2021: 30 %

2020: 30 %

2019: 30 %

auch durch Verbreitung der SDGs im Rahmen von CheckN und ÖKOPROFIT

Anteil in % des Gesamtumsatzes zur Lösung gesellschaftlicher oder ökologischer Probleme laut UN-Entwicklungszielen

2021: 80 %

2020: 80 %

2019: 80 %

auch durch Verbreitung der SDGs im Rahmen von CheckN und ÖKOPROFIT

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit Mehrfachnutzen bzw. einfachem Nutzen

2021: 100 %

2020: 100 %

2019: 100 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit hemmendem bzw. Pseudo-Nutzen

2021: 0 %

2020: 0 %

2019: 0 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit Negativ-Nutzen

2021: 0 %

2020: 0 %

2019: 0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Im Berichtszeitraum haben wir die globalen Nachhaltigkeitsziele der UN in vielerlei Hinsicht für die betriebliche Praxis übersetzt und möchten damit zur wirksamen Verbreitung der SDGs in der Wirtschaft und Gesellschaft beitragen. Zum einen dient unser neues Beratungsprodukt "CheckN" der betrieblichen Standortbestimmung entlang der SDGs. Zum anderen integrieren wir die SDGs in Verbundprojekte wie ÖKOPROFIT und ordnen den nachhaltigen Handlungsfeldern wie Energieeffizienz, Mobilität, Abfall- und Wassermanagement oder Mitarbeitendensensibilisierung durch Bildung entsprechende SDGs zu.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bewertung: 8 Punkte

E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

- In welcher Form helfen die Produkte und Dienstleistungen, die Gemeinschaft im Privat- und Berufsleben zu stärken?
- Welche Interessensgruppen werden durch Aktivitäten außerhalb des Unternehmens erreicht? Durch welche Maßnahmen?
- Was bewirken die Maßnahmen konkret – vom Wissen über Einstellungsänderung über eine Änderung der Verhaltensmotive bis hin zu Lebensstiländerungen?

Berichtsantwort

Unsere Beratungsdienstleistungen wirken gesellschaftlich positiv und erreichen eine Vielzahl von Menschen in Unternehmen und Kommunen. Wir begleiten und unterstützen wirtschaftliche und kommunale Akteur:innen auf dem Weg der nachhaltigen Entwicklung, nehmen dabei alle Handlungsfelder der Nachhaltigkeit in den Blick. Im Rahmen unser Projekte generieren wir vielfältige Transformationsimpulse, die in die Belegschaften und Bevölkerung der beratenen Partner:innen hineinwirken. Ob im Bereich Mobilität, Energie, Umweltmanagement, Klimaschutz, Circular Economy, Familienbewusstsein, Nachhaltigkeitskommunikation oder Gemeinwohl-beratung: stets zielen unsere mit den Unternehmen und Kommunen entwickelten Maßnahmen und Aktivitäten auf einen aktiven Wandel und zur Erreichung der Sustainable Development Goals.

Verifizierungsindikatoren

Art und Anzahl der Aktivitäten/ Maßnahmen pro Jahr

Anzahl der erreichten Menschen, z.B. Leser*innen, Besucher*innen

2021: 1.334.182

2020: 1.339.441

2019: 1.343.441

Auf Basis Reichweitentabelle, s.o.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Auch im Berichtszeitraum haben wir über unsere zahlreichen Aktivitäten und Beratungen viele Menschen erreicht. Die nachfolgende Tabelle gibt einen entsprechenden Überblick und Eindruck:

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	7 Projektrunden in 2019 mit 77 Betrieben, 4 Projektrunden in 2020 mit 51 Betrieben, 7 Projektrunden in 2021 mit 77 Betrieben	2019: ca. 10.000 erreichte Beschäftigte, 2020: ca. 6.000 2021: ca. 7.000
Mobilitätsberatungen	- Förderung einer nachhaltigen Mobilitätsgestaltung in Kommunen und Betrieben - Verkehrsvermeidung, Effizienzsteigerung, Verlagerung von Verkehr auf umweltfreundliche Verkehrsmittel und Sensibilisierung der Mitarbeiter bei Arbeits- und Dienstwegen	Private und öffentliche Unternehmen und Einrichtungen	Über 300 [JA3] in Unternehmen und ca. 10 Beratungen in Kommunen	ca. 300 teilnehmende Betriebe mit Ø 250 Mitarbeiter:innen (= rd. 75000 MA) und 10 beratene Kommunen mit Ø 100.000 Einwohner:innen

	- Zusätzlich Kampagnencharakter mit Publikation über die erzielten Ergebnisse = Breitenwirkung			
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 die erzielten Ergebnisse = Breitenwirkung	Private und öffentliche Unternehmen und Einrichtungen	1 Projektrunde	Sieben teilnehmende Betriebe mit insgesamt 731 Beschäftigten
Sechstägige Ausbildung von Mobilitätsmanager:innen (Kooperation mit Industrie- und Handelskammern)	- Qualifizierung von Beschäftigten zur nachhaltigen Mobilitätsgestaltung - Reduzierung von Verkehr, Treibstoffeinsparung, Klimaschutz - Durch die Umsetzung der vermittelten Ansätze und Maßnahmen (Mobilitäts-management) erweitert sich der	Beschäftigte aus Unternehmen und öffentlichen Einrichtungen	Seit 2018 ca. 15 Seminare	über 150 Teilnehmer:innen

	Kreis der erreichten Zielgruppen (MA in Betrieben)			
Vierwöchige Schulungsreihe zur Ausbildung von Klimaprofis	Vermittlung von Wissen rund um die Themen Energie und Klimaschutz.	Im Auftrag des Mittelstandsverbundes, Zielgruppe: Mitgliedsunternehmen von Verbundgruppen	je eine Projektrunde in 2019-2020, zwei Projektrunden in 2021	rd. 40 Teilnehmer:innen
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:innen aus Unternehmen	drei Seminare	rd. 24 Teilnehmer
Lehrauftrag „Zielgruppenspezifisches Mobilitätsmanagement“ an der Hochschule RheinMain in Wiesbaden (Ausbildung)	- Ausbildung von Studierenden zu Mobilitätsmanager:innen - Durch die Umsetzung der vermittelten Ansätze und Maßnahmen erweitert sich der Kreis der erreichten Zielgruppen (spätere Beschäftigung in Betrieben und Organisationen)	Studierende	Ein Lehrauftrag mit zwei Semesterwochenstunden	ca. 40 Studierende pro Jahr

Kommunale Klimaschutz-konzepte, kommunale Klimaschutz-Netzwerke, kommunale Klima-Agentur Hamm (Beratung, Erstellung von Gutachten, Moderation, Information, Kampagnen)	- Konzepterstellung zur Verbesserung des Klima-schutzes in Regionen und Kommunen - Klimaschutz, Energieeffizienz, Einsatz erneuerbarer Energien, nachhaltige Mobilität - zusätzlich Kampagnen-charakter mit Präsentation der Ergebnisse in der Lokalpolitik und der damit verbundenen Öffentlichkeitsarbeit	Beschäftigte der Verwaltung, Unternehmen am Standort, Einwoh-ner der Kommunen	Ca. 3 Projekte pro Jahr	rd. 1 Mio. Einwohner:innen
Kommunale und betriebliche Klimaschutzbilanzen	Strategieentwicklung auf der Basis von Daten und Fakten	Beschäftigte und Stakeholder der Unternehmen und Organisationen	Ca. 5-10 Projekte pro Jahr	k.A.

Außerdem haben wir im Berichtszeitraum im Auftrag des IASS eine explorative Studie "Publizitätspflicht zur Nachhaltigkeit. Entwicklung eines Anforderungskatalogs für einen universellen Standard (PuNa-Studie)" erstellt, die in Fachkreisen große Verbreitung gefunden hat.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bewertung: 8 Punkte

E1.3 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

- Welche direkten und indirekten negativen Auswirkungen haben die Produkte und Dienstleistungen auf das Leben und die Gesundheit von Lebewesen?
- Welche Auswirkungen haben sie auf die Freiheit von Menschen und auf die Biosphäre unseres Planeten?

Berichtsantwort

- Keine unethischen Produkte oder Dienstleistungen von B.A.U.M. Consult
- Angaben zu Kund*Innenanteil: In ethischen Zweifelsfällen wird im Team eine Lösung gefunden.

Verifizierungsindikatoren

Als menschenunwürdig eingestufte Produkte und Dienstleistungen

Umsatzanteil der hier aufgelisteten unethischen Produkte und Dienstleistungen

2021: 0 %

2020: 0 %

Kund*innenanteil, die ihrerseits derartige Produkte herstellen bzw. vertreiben

Kritisch hinterfragen

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bewertung: 0 Punkte

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

E2.1 Steuern und Sozialabgaben

Berichtsfragen

- Welchen direkten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen zur Sicherung des Gemeinwesens (z.B. in Form von Ertragsteuern, lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen)?

- Welche direkten materiellen Unterstützungen erhält das Unternehmen vom Gemeinwesen (z.B. unternehmensbezogene Subventionen und Förderungen)?
- Welchen indirekten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und die damit verbundenen Steuern und Abgaben (Lohnsteuer und Sozialversicherungsbeiträge der Mitarbeitenden)?

Berichtsantwort

Durch das Schaffen und Erhalten sozialversicherungspflichtiger Arbeitsplätze tragen wir zur Sicherung des Gemeinwesens aktiv bei.

Verifizierungsindikatoren

Erlöse

2021: 1.160.070,46 €

2020: 1.467.237,67 €

2019: 1.093.616,34 €

Abgaben

2021: 446.884,34 €

2020: 493.921,05 €

2019: 414.116,84 €

inkl. freiwilliger Leistungen: 3912,95 € in 2019; 4838,36 € in 2020); 3.321,97 Euro in 2021

Subventionen

2021: 0 €

2020: 0 €

2019: 9.600 €

Digitalisierungsberatung über Förderprogramm UnternehmensWert Mensch

Wertschöpfung

2021: 16.661,36 €

2020: 483,27 €

2019: 11.536,92 €

Netto-Abgabenquote

2021: 27 %

2020: 1.022 %

2019: 35,9 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:
Wir möchten unsere sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätze erhalten und weitere schaffen, sofern wirtschaftlich darstellbar.

Verbesserungspotenziale/Ziele:
- Schaffen weiterer sozialversicherungspflichtiger Arbeitsplätze

Bewertung: 2 Punkte

E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

Berichtsfragen
- Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet (Erstellung einer Liste aller Aktivitäten mit geldwertem Umfang)?
- Wie lässt sich der Eigennutzen dieser Maßnahmen in Relation zum gesellschaftlichen Nutzen bewerten?
- Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens – oder lindern sie vorwiegend Symptome?
- Wie gut sind diese Themen verankert? Welche Erfahrungen hat das Unternehmen damit bereits gesammelt? Wie stabil ist das Engagement?
- Wie sieht die Gesamtstrategie oder Vision für das ehrenamtliche Engagement aus?

Berichtsantwort
Lokalen Unternehmen und Einrichtungen wie Schulen oder Kindergärten wird eine vergünstigte oder teilweise kostenlose Teilnahme an bestimmten (ÖKOPROFIT-)Projekten gewährt. Des Weiteren spenden wir regelmäßig an lokale Initiativen oder engagieren uns ehrenamtlich vor Ort.

Verifizierungsindikatoren
Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen in % des Umsatzes

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen in % der Gesamtjahresarbeitszeit

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:
Folgende Spenden sind im Berichtszeitraum getätigt worden:

2019- 420,-€ Atmosfair (Kompensation für Interkontinentalflug)

2020- 150,-€ an FUgE (Spende der Aufwandsentschädigung für Honorarvortrag)

2021: 200,-€ Schule in Boho (Spende im Rahmen vom Jubiläum der Firma Heckmann)

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.-Mitarbeiter:innen stärken das Gemeinwesen durch vielfältiges ehrenamtliches Engagement außerhalb ihrer Arbeitszeit. Ca. ein Drittel unserer Belegschaft hat im Berichtszeitraum gemeinnützige Arbeit geleistet (z.B. im Forum für Umwelt und Entwicklung, in der Regionalgruppe der Gemeinwohl-Ökonomie in Dortmund, Pfadfinder, im Natur- und Gewässerschutz, in Arbeitskreisen zu Elektromobilität, in Klimabeiräten, in der Pflege von Angehörigen).

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Spendenaufkommen erhöhen

Bewertung: 2 Punkte

E2.3 Negativ-Aspekt: Illegitime Steuervermeidung

Berichtsfragen

Welche Risiken bestehen im Unternehmen bezüglich illegitimer Steuervermeidung? Folgende Aspekte sind dabei besonders zu berücksichtigen:

- Werden Gewinne zwischen Ländern verschoben? Was ist die Grundlage dafür?
- Werden Zinsen, Lizenzgebühren oder sonstige Abgeltungen für immaterielle Leistungen an Unternehmen in anderen Ländern bezahlt?
- Gibt es Geschäftspartner*innen in sogenannten Steueroasen?
- Besteht das Risiko, dass im Zuge der Finanztransaktionen Gelder undokumentiert in private Kanäle fließen oder Schwarzgeld gewaschen wird?
- Sind die wirtschaftlich Begünstigten aller Geschäfts- und Finanzpartner*innen offen deklariert?
- Sind die internationalen Finanztransaktionen transparent? Gibt es ein länderspezifisches Reporting?
- Welche Maßnahmen wurden im Unternehmen ergriffen, um diese Risiken zu bekämpfen?

Berichtsantwort

Nicht relevant: keine illegitime Steuervermeidung

Verifizierungsindikatoren

Wenn das Unternehmen Teil eines internationalen Konzerns ist, im Verbund mit anderen internationalen Partner*innen agiert oder an der digitalen Ökonomie (länderübergreifend) teilnimmt, muss eine Offenlegung aller Niederlassungen, verbundenen Unternehmen oder Geschäftspartner*innen im Ausland erfolgen, zu denen ein erheblicher Teil des Umsatzes (ab 10%) abfließt.

Länderspezifisches Reporting

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bewertung: 0 Punkte

E2.4 Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention

Berichtsfragen

- Welche Korruptionsrisiken bestehen im Unternehmen, bei den Lieferant*innen und Kund*innen?
- Welche Maßnahmen wurden in den Bereichen Einkauf und Verkauf gesetzt, um Korruption effektiv zu verhindern?
- Wie sorgfältig wird mit Kontakten zu Amts- und politischen Entscheidungsträger*innen umgegangen?
- Welche Lobbying-Aktivitäten betreibt das Unternehmen?
- Welche Spenden erfolgen seitens des Unternehmens an politische Parteien?
- Wie wird Bewusstseinsbildung bei den Mitarbeitenden betrieben?
- Wie werden in den Entscheidungsprozessen Vorkehrungen gegen Korruption getroffen?
- Wie werden Interessenkonflikte (persönliche Interessen gegenüber Firmeninteressen) sichtbar gemacht, und welche entsprechenden Verhaltensregeln gibt es?

Berichtsantwort

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

Verifizierungsindikatoren

Erfolgt eine Offenlegung von Parteispenden?

Erfolgt eine Offenlegung aller Lobbying-Aktivitäten (Eintrag ins Lobbying-Register) und Lobbying-Aufwendungen?

Werden Mitarbeitende aufgefordert, Korruption anzuzeigen, und wird ihnen entsprechender Schutz (Anonymität) zuteil?

Gibt es eine Zweckbindung und Kontrolle des Budgets für soziale und gesellschaftliche Zwecke (siehe Positivaspekt E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens)?

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bewertung: 0 Punkte

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie

Berichtsfragen

- Welche negativen Umweltwirkungen haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse? Dabei sind vor allem die folgenden definierten Standardwirkungskategorien und deren Auslöser zu beachten:
    - klimawirksame Emissionen (CO2, N2O, CH4 , ...)
    - Feinstaub und anorganische Emissionen
    - Emissionen von Chlorfluorkohlenwasserstoffen (Abbau der Ozonschicht)
    - Emissionen, die zur Versauerung beitragen (NOx, SOx ,CO2)
    - Emissionen, die die fotochemische Bildung von Ozon fördern (organische Verbindungen, NOx, SOx
    - ionisierende Strahlung
    - Emission bzw. Verwendung toxischer Stoffe
    - Düngung in der Landwirtschaft (Eutrophierung)
    - Landverbrauch
    - Wasser- und Mineralienverbrauch (Ressourcenerschöpfung)
- Welche Daten zu den – im jeweiligen Unternehmen relevanten – Umweltwirkungen Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?

Berichtsantwort

Wir erstellen jährlich eine Treibhausgasbilanz. Seit 2019 nutzen wir dafür ein eigenes Excel-Tool und orientieren uns dabei am weltweit verbreiteten Standard, dem Greenhouse Gas Protocol (GHG). Energieverbrauch, und hier insbesondere die Dienstfahrten sind als Schwerpunkte des Ressourcenverbrauchs bei der B.A.U.M. Consult GmbH zu nennen. Die Emissionshöhe schwankt jährlich und ist maßgeblich von der Auftragslage und der Anzahl der Beschäftigten abhängig.

Grundsätzlich agieren wir nach dem Prinzip "Vermeiden vor Reduzieren vor Kompensieren" und arbeiten kontinuierlich an einer Verringerung unserer Emissionen.

Verifizierungsindikatoren

Relevante Umweltkonten des Unternehmens

2021:

- Ausstoß klimawirksamer Gase: 11.550 kg CO_2e
- Transport - Treibstoffe/Emissionen für Dienstwege: 29.630 km wurden mit dem Pkw (Verbrenner-Antrieb) zurückgelegt, daraus ergeben sich: 1.036 Liter Diesel (2.730 kg CO_2e) und 888 Liter Benzin (1.980 kg CO_2e); 7.802 km entfielen auf Fahrten mit dem E-Auto; 9.841 km wurden mit der Bahn (670 kg CO_2e) zurückgelegt.
- Transport - Treibstoffe/Emissionen für Arbeitswege (inkl. Fahrgemeinschaften): 34 Liter Diesel (90 kg CO2e), 977 Liter Benzin (2.180 kg CO_2e), 5.446 Bahn-km (370 kg CO_2e)
- Stromverbrauch: 7.715 kWh (0 kg CO_2e)
- Gasverbrauch: 11.773 kWh Flüssiggas (2.750 kg CO_2e)
- Verbrauch von Trink- und Regenwasser: m³
- Abfall: 963 kg (18 kg CO_2e)
- Papierverbrauch: 127 kg (90 kg CO_2e)
- Wasserverbrauch: 41 m³
- Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien (in kg): Kleinmengen wie Kaffee, Milch, Zucker, Toner, Reinigungsmittel seit 2020 nicht mehr erfasst
- EDV: Neuanschaffung von 4 Smartphones (160 kg CO_2e) und 3 Laptops (510 kg CO_2e)

2020:

- Ausstoß klimawirksamer Gase: 13.490 kg CO_2e
- Transport - Treibstoffe/Emissionen für Dienstwege: insgesamt wurden 37.097 Pkw-km (mit Verbrenner-Antrieb) zurückgelegt, daraus ergibt sich ein Verbrauch von 1.113 Liter Diesel (2.930 kg CO_2e) und 1.298 Liter Benzin (2.890 kg CO_2e); zusätzliche 9.538 gefahrene km entfielen auf ein E-Auto; weitere 10.210 km (690 kg CO_2e) wurden mit der Bahn zurückgelegt
- Transport - Treibstoffe/Emissionen für Arbeitswege (inkl. Fahrgemeinschaften): 166 Liter Diesel (440 kg CO_2e), 1.344 Liter Benzin (3.000 kg CO_2e), 12.227 Bahn-km) (830kg CO_2e)
- Stromverbrauch: 10.829 kWh (0 kg CO_2e)
- Gasverbrauch: 9.224 kWh Flüssiggas (2.160 kg CO_2e)
- Verbrauch von Trink- und Regenwasser: m3
- Abfall: 963 kg (18 kg CO_2e)
- Papierverbrauch: 89,64 kg (70 kg CO_2e)
- Wasserverbrauch: 41 m³
- Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien (in kg): Kleinmengen wie Kaffee, Milch, Zucker, Toner, Reinigungsmittel seit 2020 nicht mehr erfasst

- EDV: Neuanschaffung von 3 Smartphones (120 kg CO_2e) und 2 Laptops (340 kg CO_2e)

2019:

- Ausstoß klimawirksamer Gase: 21.460 kg CO_2e
- Transport - Treibstoffe/Emissionen für Dienstwege: insgesamt 46.565 gefahrene Pkw-km mit Verbrenner-Antrieb, daraus ergibt sich Verbrauch von 1.397 Liter Diesel (3.680 kg CO_2e) und 1.630 Liter Benzin (3.640 kg CO_2e); zusätzlich wurden 17.720 km mit dem E-Auto zurückgelegt; auf die Fahrt mit der Bahn entfielen 70.203 km (4.770 kg CO_2e)
- Transport - Treibstoffe/Emissionen für Arbeitswege (inkl. Fahrgemeinschaften): 792 Liter Diesel (2.090 kg CO_2e), 1.603 Liter Benzin (3.580 kg CO_2e), 20.690 Bahn-km (1.410 kg CO_2e)
- Stromverbrauch: 12.333 kWh (0 kg CO_2e)
- Gasverbrauch: 8.410 kWh Flüssiggas (1.970 kg CO_2e)
- Verbrauch von Trink- und Regenwasser: m3
- Abfall: 963 kg (18 kg CO_2e)
- Papierverbrauch: 209,16 kg (170 kg CO_2e)
- Wasserverbrauch: 49 m³
- Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien (in kg): Kleinmengen wie Kaffee, Milch, Zucker, Toner, Reinigungsmittel seit 2020 nicht mehr erfasst
- EDV: Neuanschaffung von 4 Smartphones (160 kg CO_2e)

Anmerkung aus Audit am 27.7.2023: bitte im nächsten Bericht Kennzahlen bilden für Fortentwicklung, z.B. CO2e-Verbrauch bezogen auf Umsatz.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Der Berichtszeitraum entfällt auf die Corona-Pandemie mit langen Lockdownphasen. Die temporären Ausnahmezustände hatten unmittelbar Einfluss auf den Grad der Umweltauswirkungen. Durch die Umstellung auf digitale Prozesse und die Verlegung von Kundenterminen in den virtuellen Raum sind viele Verkehre vermieden worden. Dieser Effekt schlägt sich direkt in unserer Treibhausgasbilanz nieder, ist allerdings nicht repräsentativ. Nach Abflachen der Pandemiewelle nahm auch die Reisetätigkeit unserer Beschäftigten sukzessive wieder zu. Allerdings herrscht seither ein anderes Bewusstsein für die Gestaltung von Kundenterminen: frühere klassische "Vor-Ort-Termine" können auch dank der gestiegenen Akzeptanz auf Seiten der Kundschaft leichter virtualisiert werden. Auch die Homeoffice-Tätigkeiten haben zugenommen und tragen zu weiterer Emissionseinsparung bei.

Im Berichtszeitraum emittierten wir 21,46 Tonnen CO_{2e} in 2019, 13,49 Tonnen CO_{2e} in 2020 und 11,55 Tonnen CO_{2e} in 2021. Im Schnitt sind somit durchschnittlich 1,53 Tonnen CO_{2e} pro Mitarbeiter:in angefallen.

Entsprechend des Greenhouse Gas Protocolls unterteilen wir die anfallenden Emissionen in 3 Bereiche ("Scopes"). Die nachfolgende Tabelle stellt die Emissionen im Zeitverlauf dar (Angaben in Tonnen CO_2-Äquivalente):

Scope	Beschreibung	Emissionen 2016 (in t CO_{2e})	Emissionen 2017 (in t CO_{2e})	Emissionen 2018 (in t CO_{2e})	Emissionen 2019 (in t CO_{2e})	Emissionen 2020 (in t CO_{2e})	Emissionen 2021 (in t CO_{2e})
1	Flüssiggasheizung der Verwaltung	3,66	2,20	2,15	1,97	2,16	2,75
2	eingekaufter Ökostrom	0	0	0	0	0	0
3	Dienstwege mit Pkw & Bahn; Arbeitswege der Beschäftigten	20,76	14,98	10,93	19,50	11,33	8,8
		24,42	17,18	13,08	**21,46**	**13,49**	**11,55**

Aus den erfassten Klimabilanzdaten geht hervor, dass die Scope 3-Emissionen als maßgeblicher Hebel auf dem Weg zu klimabewusstem Handeln dient. Daher richten wir den Fokus unserer Verbesserungsmaßnahmen gezielt auf den Bereich nachhaltige betriebliche Mobilität.

Im Berichtszeitraum haben wir konkret folgende Maßnahmen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen in Scope 3 umgesetzt:

- Förderung der Elektromobilität (kostenfreies Arbeitgeberladen, Nutzung eines E-Autos für Dienstfahrten bis 2020)
- Bildung einer Fahrgemeinschaft von zwei Mitarbeiter:innen
- Einführung des JobRad-Angebots als Anreiz für den Umstieg vom Pkw auf das Fahrrad
- 2019: einmalige Kompensation von Emissionen für einen Interkontinentalflug nach Japan (über atmosfair)

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Anregung der Umstellung der Flüssiggasheizung auf Wärmepumpe o.ä. bei Vermieter
- Weitere Reduzierung der Treibhausgasemissionen im Bereich Mobilität, z.B. durch Einführung eines Mobilitätsbudgets
- Prüfung wirksamer Kompensationsmöglichkeiten für unvermeidbare Treibhausgasemissionen
- Erstellung einer Klima-Roadmap auf Grundlage von Science-Based-Targets (also wissenschaftlich fundierten Reduktionszielen für Treibhausgasemissionen im Einklang mit dem 1,5 bzw. 2 Grad-Ziel)
- Anregung des Umstieg auf erneuerbare Energieerzeugung im Homeoffice der Mitarbeiter:innen

Bewertung: 6 Punkte

E3.2 Relative Auswirkungen

Berichtsfragen

Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Herstellprozesse im Vergleich

- zum Branchenstandard bzw. Stand der Technik?
- zu Mitunternehmen im selben Geschäftsfeld bzw. in der Region?

Berichtsantwort

Da wir als Dienstleister keine materiellen Produkte herstellen, ist ein Branchenvergleich bzw. Abgleich mit dem Stand der Technik schwierig und nicht immer offensichtlich oder 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 bei unserem 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 und Eigenerzeugung von erneuerbarer Energie am Standort Hamm im Vergleich zu anderen Beratungsunternehmen gut aufgestellt ist und die ökologischen Auswirkungen insgesamt im Branchenvergleich eher gering gehalten werden können.

Verifizierungsindikatoren

Relevante Vergleichswerte bezüglich Umweltkonten oder Wirkungskenngrößen (siehe E3.1) in der Branche bzw. Region

2021:

Da wir als Dienstleister keine materiellen Produkte herstellen, ist ein Branchenvergleich bzw. Abgleich mit dem Stand der Technik schwierig und nicht immer offensichtlich oder messbar. Der Vergleich mit anderen Beratungsunternehmen durch die DNK-Datenbank (Link: https://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/de-DE/Home/Database/Compare) hat ergeben, dass es bei dem Verbrauch von Ressourcen wie z.B. Papier keine gravierenden Unterschiede gibt. Auch bei unserem Hauptposten „Dienstfahrten“ und somit beim Kraftstoffverbrauch ließen sich keine nennenswerten Abweichungen feststellen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Im Berichtszeitraum sind eine (öffentliche) E-Ladesäule (seit 2018) und Photovoltaikanlage (2020) errichtet worden. Dieser Fortschritt führt zur Reduktion der betrieblichen Umweltauswirkungen. Soweit bekannt, haben wir uns im Branchenvergleich positiv weiterentwickelt.

Eine weitere Reduzierung von Emissionen ist nur noch im geringen Maße möglich. Aus diesem Grund sind aktuell keine konkreten weiteren Zielsetzungen definiert.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bewertung: 5 Punkte

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

Berichtsfragen

- Welche Betriebsgenehmigungen und zugehörende Betriebsauflagen gibt es, und sind die Auflagen eingehalten?
- Wie wird die Einhaltung der relevanten Gesetze und Verordnungen überwacht? Werden diese eingehalten, oder sind Rechtsverstöße bekannt?
- Welche Beschwerden bzw. Kontroversen mit Anrainer*innen bezüglich ökologischer Belastungen liegen vor?
- Welche Kontroversen mit anderen Stakeholder*innen (zivilgesellschaftliche Initiativen, NGOs etc.) gibt es?
- Wie ist der technische oder gesetzliche Standard vor Ort in Bezug auf andere Standorte des Unternehmens zu bewerten?

Berichtsantwort

Keine (nicht relevant)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bewertung: 0 Punkte

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

E4.1 Transparenz

Berichtsfragen

- Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst?
- In welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation)?
- Wird der Bericht durch eine unabhängige Stelle kritisch überprüft?

- Wie einfach ist der Bericht für die Öffentlichkeit zugänglich?

Berichtsantwort

Für die Jahre 2017 und 2020 haben wir unsere erste und zweite DNK-Erklärungen (DNK=Deutscher 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 zweiten Gemeinwohlbericht und dem damit verbundenen externen Audit entwickeln wir uns noch weiter und berichten vollumfänglich über unsere ökosozialen Auswirkungen und Aktivitäten.

Verifizierungsindikatoren

Veröffentlichung eines Gemeinwohl-Berichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung

2021: Ja

2020: Nein

2019: Nein

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- DNK-Erklärungen für die Berichtsjahre 2017 und 2020
- zweiter Gemeinwohlbericht (durch Corona-Pandemie verzögert)

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Berichtszyklus für Gemeinwohlbilanz verkürzen

Bewertung: 7 Punkte

E4.2 Gesellschaftliche Mitbestimmung

Berichtsfragen

- Wie können Bürger*innen in Dialog treten und sich an einem offenen, macht- und sanktionsfreien Argumentationsaustausch beteiligen?
- Wie können gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?
- Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert, und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?

Berichtsantwort

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.

Unsere benachbarten Gewerbetreibenden können unsere neue Elektroladesäule mitnutzen.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen (in % der relevanten Entscheidungen, je nach Mitentscheidungsgrad)

2021:

Mitentscheidungsgrad	Anteil der Mitentscheidung (in %)
Stakeholder (jenseits der Berührungsgruppen A-D)	0

2020:

Mitentscheidungsgrad	Anteil der Mitentscheidung (in %)
Stakeholder (jenseits der Berührungsgruppen A-D)	0

2019:

Mitentscheidungsgrad	Anteil der Mitentscheidung (in %)
Stakeholder (jenseits der Berührungsgruppen A-D)	0

Ist eine institutionalisierte Infrastruktur des Dialogs (z. B. Ethikforum, Ethikkomitee) vorhanden?

2021: Nein

2020: Nein

2019: Nein

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:
Im November 2019 haben wir zum dritten Mal unser Kundenbindungsevent B.A.U.M. tischt auf durchgeführt und dazu auch gewerbliche Nachbarn und zivilgesellschaftliche Akteur:innen wie die FUgE Hamm eingeladen. Neben einem fachlichen Impuls zum Thema "Vereinbarkeit von Beruf & Familie" stand vor allem der gemeinsame Austausch beim Grünkohlessen im Vordergrund.

Verbesserungspotenziale/Ziele:
- Reaktivierung von B.A.U.M. tischt auf

Bewertung: 3 Punkte

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

Berichtsfragen
- Welche Informationen über das Unternehmen entsprechen nicht der unternehmensinternen Realität? Wo gibt es wesentliche Differenzen und wieso?
- Inwiefern wird durch das Unternehmen die öffentliche Meinung direkt oder indirekt durch Fehlinformationen beeinflusst?
- Worin widersprechen die Veröffentlichungen des Unternehmens dem wissenschaftlich gesicherten Forschungsstand oder der allgemeinen Erklärung der Menschenrechte?

Berichtsantwort
Keine entsprechenden Vorfälle.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bewertung: 0 Punkte

Ausblick

Kurzfristige Ziele

Weiteres Engagement im Rahmen der GWÖ-Regionalgruppe in Dortmund mit Gemeinwohlveranstaltung im Januar 2024 (Auszeichnung der ersten gemeinwohlbilanzierten Unternehmen in Dortmund; Prozess wurde begleitet von B.A.U.M. Consult)

Langfristige Ziele

- Generierung weiterer Kundenaufträge zur Unterstützung und Begleitung auf dem Weg zur Gemeinwohlbilanz
- Überzeugung weiterer B.A.U.M.-Standorte zur Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichtes

EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Richtlinie zur nichtfinanziellen Berichterstattung nach 2014/95/EU)

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Wer war bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz/ dem GWÖ-Bericht im Unternehmen involviert? Welche Stakeholder waren involviert? (Name, Position/ Verbindung zum Unternehmen)

Der Prozess begann mitten in der Coronapandemie. Die geänderte Weltlage führte auch in unserem Unternehmen zu vorübergehend wirtschaftlichem Druck. Die vorhandenen Kapazitäten wurden gebündelt und auf die Sicherung der Wirtschaftlichkeit und Aufträge gerichtet. Daher gerieten Projekte zur Organisationsentwicklung temporär in den Hintergrund. Hinzu kam die Verpflichtung zur Erstellung der DNK-Erklärung, um den Status als Schulungspartner zu erhalten und die damit verbundene prioritäre Fokussierung auf den DNK.

Wechselnde personelle Besetzungen in den Bearbeitungsteams (z.T. studentische Hilfskräfte) erschwerten ein kontinuierliches Arbeiten an der Bilanz. Hinzu kamen geringere zeitliche Ressourcen bei der Projektverantwortlichen Hanna Yabroudi.

Der Prozess umfasste:

- regelmäßige Info zum Zwischenstand der Berichterstellung bzw. Darlegung der Gründe für Verzögerung
- Datenabfragen bei KollegInnen

Auf Workshops explizit zur Gemeinwohlbilanz wurde in Anbetracht der Pandemiefolgen und starker Bindung von Kapazitäten in Projekten verzichtet. Dennoch wurde indirekt an vielen Organisationsentwicklungsthemen weitergearbeitet.

Intern involviert waren folgende Mitarbeiter:innen:

Name	**Funktion**	**Aufgabe im Erstellungsprozess**
Hanna Yabroudi	Senior Consultant	Hauptkoordination, Datenbeschaffung, interne Kommunikation, Berichtserstellung
Wiebke Mersmann	erst Werkstudentin, später Consultant	Unterstützung bei Datenrecherchesammlung und-aufbereitung
Dorothee Knöpper	Consultant	Erstellung der Klimabilanz
Susanne Düsterhus	Teamassistentin	Datenbereitstellung und Berechnung von Indikatoren
Gudrun Engelhardt	Senior Consultant und Bereichsleitung Nachhaltigkeit	Abgleich mit DNK und inhaltliche Abstimmungen
Johannes Auge	Geschäftsführer	Datenlieferung & inhaltliche Abstimmungen, Redigieren des Berichtsentwurfes

Der Berichtsentwurf durchlief eine Korrekturschleife und wurde von der Geschäftsführung redigiert. Die Zwischenfassungen sowie die abschließende Version waren nur im Goodbalancer einsehbar. Die Zugangsdaten sind transparent in einem zentral abgelegten Ordner auf dem gemeinsamen Server abrufbar.

Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

Im Rahmen von Jour Fixe-Veranstaltungen ist punktuell auf den Zwischenstand verwiesen worden. Nach dem Audit ist eine interne Ergebnispräsentation geplant. Damit verbunden sein wird die Besprechung der Entwicklungspotentiale und Weiterverfolgung dieser sein.

Datum: 22.09.2023

Anhang

1. Anmerkungen zu Angaben im GWB-Rechner

A: Lieferant*innen

B: Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen

C: Mitarbeitende
Durchschnittlicher Arbeitsweg der Mitarbeitenden: Ab 2020: COVID-19 Pandemie!

D: Kund*innen und Mitunternehmen
Haben Sie nahezu ausschließlich Unternehmen als Kunden: Kommunen und Städte machen welchen Anteil aus?Variiert.

3 wichtigsten Branchen, in denen Ihr Unternehmen tätig ist: Branchenspezifische Zuordnung wird nicht erfasst

E: Gesellschaftliches Umfeld

2. Liste der Anlagen und Referenzen

Bezug	Name	Typ	Kommentar
Angaben zu Beginn | Das Unternehmen und das Gemeinwohl	2020-10-19_PM_Die_Gemeinwohl-Ökonomie_Christian_Felber.pdf	Anlage	Flyer für Veranstaltung mit Christian Felber in Hamm am 19.10.2020
Angaben zu Beginn | Das Unternehmen und das Gemeinwohl	Einladung_B.A.U.M._Grünkohlessen_2018.pdf	Anlage	
Angaben zu Beginn | Das Unternehmen und das Gemeinwohl	GWÖ_Event_Werte_schaffen_4.3.2020_Programmflyer.pdf	Anlage	
Angaben zu Beginn | Das Unternehmen und das Gemeinwohl	P1110282-k.jpg	Anlage	Gespräch mit Oberbürgermeister Ullrich Sierau im Rahmen der Fair Friends 2018
Aspekt A1.1 | Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette	Lieferantenliste_2019-2020_neu_7RjJhZZ.xlsx	Anlage	

Aspekt A1.1 | Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette	Nettoabgabenquote.docx	Anlage	
Aspekt A4.2 | Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette	Lieferantenliste_2019-2020_neu.xlsx	Anlage	
Aspekt C1.1 | Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur	BACHELORARBEIT_Karajannis_Korr.pdf	Anlage	
Aspekt C1.2 | Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz	Auswertung_Homeofficebefragung_Hamm.pdf	Anlage	
Aspekt D2.2 | Solidarität mit Mitunternehmen	Gemeinwohlbilanz_II_Datenerfassung_Johannes_Auge_2019-2021.docx	Anlage	
Aspekt D4.2 | Produkttransparenz	CheckN_Kurzinfo.pdf	Anlage	
Aspekt E1.2 | Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	Gemeinwohlbilanz_II_Datenerfassung_Johannes_Auge_2019-2021_rORV2Vf.docx	Anlage	
Berührungsgruppe A | Lieferant*innen	Datenerfassung_lt._Konten_GWÖ_2019.xlsx	Anlage	
Berührungsgruppe A | Lieferant*innen	Datenerfassung_lt._Konten_GWÖ_2020.xlsx	Anlage	
Berührungsgruppe A | Lieferant*innen	Datenerfassung_lt._Konten_GWÖ_2021.xlsx	Anlage	

Weitere Dokumente

Unternehmenslogo: baum_logo.png

GWÖ-Mitgliedschaft: Rechnung_Mitgliedsbeitrag_2022_135.pdf