

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname: Planungsbüro Drobka GmbH

Rechtsform: GmbH

Eigentums- und Rechtsform: Die GmbH gehört zu 100% der Holding Drobka GmbH

Website: www.drobka.de

Branche: Dienstleister in der Baubranche

Firmensitz: Bad Belzig

Gesamtanzahl der Mitarbeitenden: Ende 2021: 20

Vollzeitäquivalente: 18,25

Saison- oder Zeitarbeitende: 0

Umsatz: 2021: 1.132.849,45 €

Jahresüberschuss: 2021: 64.863,06 €

Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen: Es gibt keine

Tochterunternehmen

Berichtszeitraum: Der vorliegende Bericht wird für die Jahre 2020 und 2021 erstellt.

Kurzpräsentation des Unternehmens

Das Planungsbüro Drobka GmbH wurde 2007 als Ingenieurbüro für Technische Gebäudeausrüstung in der Baubranche unter dem Namen Schiller & Drobka GmbH gegründet. Seit 2014 ist es unter dem Namen Planungsbüro Drobka GmbH tätig.

Wir verstehen uns als Dienstleister in der Baubranche für alle Bereiche der technischen Gewerke. Wir begleiten Bauvorhaben von der ersten Idee bis zur Nutzungsfreigabe.

Unsere Vision ist das Schaffen nachhaltiger Räume, wo Menschen mit sich und anderen in Kontakt kommen können.

Produkte / Dienstleistungen

Unsere Dienstleistungen sind die Beratung, Planung und Fachbauleitung aller technischen Gewerke.

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Welchen Bezug hat Ihr Unternehmen zur Gemeinwohl-Ökonomie?

Bisher gab es keinen konkreten Bezug zur Gemeinwohlökonomie. Da wir als Sinn für unser Unternehmen einen Beitrag zur Gesellschaft leisten wollen, wollen wir mit der Erarbeitung der GWÖ - Bilanzierung unser Wirken weiter verbessern und die Transparenz nach innen und außen weiter erhöhen.

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

Im Jahr vor der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanzierung (2022) waren die Hauptaktivitäten auf die Weiterentwicklung des Teams in Richtung Selbstorganisation und Mitbestimmung gerichtet.

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

Stefan Drobka, drobka@drobka.de, mobil 0172 2401437



Dieses Zertifikat bestätigt die Gültigkeit des durchlaufenen GWÖ Peerevaluationsprozesses und berechtigt zum Führen des Labels:



Zertifikat: **Peerevaluation** **Gemeinwohl-Bilanz** **Planungsbüro Drobka GmbH**

M5.0 Kompaktbilanz **2020/2021** **PG-Berlin-2023-01**

zert. Begleiter*in **Thomas Uloth** **Femke Grabbert** **Beteiligte Peergruppen Firmen**

Maßstab Diamant GmbH
senne products GmbH
SOLVIS GmbH
Flower Factory

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

Zertifikat gültig bis **31.08.2025**

BILANZSUMME:
95

Mit diesem Zertifikat wird die Peerevaluation des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Zertifikat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. ZertifikatID: **bs9sp**
Nähere Informationen zur Matrix und dem Peersystem finden Sie auf www.ecogood.org

Hamburg, 27.08.2023

Bridget Knapper and Manfred Jotter / Executive Directors
International Federation for the Economy for the Common
Good e.V, VR 24207



for the Economy for the Common Good e.V.

A – Lieferant:innen

Für den Bericht betrachten wir nur die Lieferant:innen, die uns direkt unsere Tätigkeit ermöglichen. Produkte, die wir in unseren Planungen auswählen, und die anschließend am Bau umgesetzt werden, sind nicht Bestandteil dieser Betrachtung.

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

1 Punkt

Unsere Lieferant:innen haben für unser Produkt nur einen geringen und indirekten Einfluss, da unser „Produkt“ ein geistiges Produkt ist. Unsere Entfernung zu unserer Zuliefererkette entspricht dem eines typischen Endverbrauchers.

Bei der Beschaffung achten wir auf Kriterien von Regionalität und nachhaltige Herstellung gelieferter Produkte, soweit dies uns bekannt ist.

Berichtsfragen

- Welche Produkte/Dienstleistungen werden zugekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferant*innen ausgewählt?
- Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette überprüft bzw. evaluiert?
- Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

Büromaterial wird überwiegend (ca. 80 %) mit Green Label (blauer Engel und EU Ecolabel) und aus recycelten Materialien eingekauft.

Als Dienstleistungsunternehmen werden aktiv nur die Materialien zugekauft, die für die Erarbeitung unserer Dienstleistung nötig sind. Dies sind Computer und zugehörige Software sowie Büromaterialien. Bei den Büromaterialien achten wir auf Green Label, bei A4 und A3 Papier verwenden wir zu 95% recyceltes Papier. Für die Einrichtung der Arbeitsplätze achten wir auf ergonomisch gute Qualität, die auch haltbar ist.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der zugekauften Produkte/Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen in Tabellenform
- Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden

Analyse und Bewertung:

Einige wesentliche Lieferant:innen werden hinsichtlich der Arbeitsbedingungen im Dialog geprüft, und es werden Strategien bzw. Maßnahmen für Verbesserungen abgeleitet. Erste Ausschlusskriterien beim Einkauf werden eingehalten: nachhaltig hergestellte Produkte.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Entfällt, da Erstbericht.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Werden für den kommenden Berichtszeitraum durch das Team festgelegt.

A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Menschenwürde in der Zulieferkette bei den wesentlichen Lieferant*innen nicht verletzt wird?

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Das Unternehmen kann bestätigen, dass nach unserer Kenntnis die Menschenwürde in der Zulieferkette nicht wesentlich verletzt wird.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Entfällt, da Erstbericht

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

1 Punkt

Solidarität und Gerechtigkeit in der Zuliefererkette kann von uns nur über Zertifikate der Zulieferer überprüft werden.

Berichtsfragen

- Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?

Hier sehen wir unsere Verantwortung wie ein typischer Endverbraucher, indem wir Produkte auswählen, die bevorzugt regional und nachhaltig hergestellt worden sind. Aufgrund der geringen Bezugsmengen sind wir hier bisher auch nicht in einem persönlichen Austausch mit den Zulieferern.

- Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Wenn wir Missstände oder Risiken bei unseren Lieferanten erkennen, sanktionieren wir dies durch Lösen der Geschäftsverbindung.

Verpflichtende Indikatoren

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

Büromaterial wird überwiegend (ca. 80 %) mit Green Label (blauer Engel und EU Ecolabel) und aus recycelten Materialien eingekauft.

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

Wir uns lediglich erste Informationen über Risiken und Missstände unserer Lieferanten durch Internetrecherche und Empfehlungen verschafft.

Analyse und Bewertung:

Gesetzliche Vorschriften werden von unseren Lieferanten eingehalten. Einige eingekaufte Produkte tragen ein Label, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Entfällt, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele: Werden für den kommenden Berichtszeitraum durch das Team festgelegt.

A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette nicht verletzt sowie die Marktmacht bei den wesentlichen Lieferant*innen nicht ausgenutzt werden?

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Das Unternehmen kann bestätigen, dass nach unserem Kenntnisstand Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette nicht verletzt sowie die Marktmacht bei den wesentlichen Lieferanten*innen nicht ausgenutzt werden.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert: Entfällt, da Erstbericht.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit In der Zulieferkette

1 Punkt

Berichtsfragen

- Nach welchen Kriterien werden Rohware, Produkte und Dienstleistungen ausgewählt?

Bei ausgewählten Produkten, wie Papier und Grünen Tee sind uns Wahlmöglichkeiten bekannt, und wir wählen recyceltes Papier und Grünen Bio-Tee aus Fair-Trade aus.

Bürostühle sind in ergonomischer Form, guter Qualität, Haltbarkeit und mit kurzer Lieferkette (Hergestellt in Deutschland) für alle Arbeitsplätze gekauft worden.

Kriterien, die für alle zu beziehenden Produkte gelten, sind nicht vorhanden.

- Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert? **Nein**
- Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen berücksichtigt?

Bei Kenntnis von umweltfreundlicheren Alternativen, wie z.B. Ökostrom, entscheiden wir uns bewusst für die ökologischere Alternative, auch wenn sie im Preis teurer ist.

- Welche Unterschiede gibt es zu den Mitbewerbern hinsichtlich ökologischen Einkaufs?

Uns sind die Auswahlkriterien der Mitbewerber nicht bekannt. Deshalb können wir zu Unterschieden keine Angabe machen.

Verpflichtende Indikatoren

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

Ca. 80 % (Recycling Papier, regionale Büromöbel)

Analyse und Bewertung:

Einige eingekaufte Produkte tragen ein Label, welches ökologische Qualität berücksichtigt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Durch Corona wurde die Arbeitsweise stark auf Remote-Arbeiten umgestellt. Damit einhergehend wurde je Projekt deutlich weniger Papier eingesetzt.

Entfällt, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Erste Maßnahmen werden im kommenden Berichtszeitraum zur Verringerung ökologischer Auswirkungen zugekaufter Produkte umgesetzt. Welche genau dies sind, entscheidet das Team

A3 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Produkte/Dienstleistungen zugekauft werden, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen? Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Das Unternehmen kann bestätigen, dass nach unserem Kenntnisstand keine Produkte/Dienstleistungen zugekauft werden, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Entfällt, da Erstbericht

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

0 Punkte

Unser Blick gilt den direkten Lieferant:innen.

Unser direkter und indirekter Einfluss entspricht der eines typischen Endkunden. Wir sind auf die Informationen angewiesen, die von den Zulieferern zur Verfügung gestellt werden.

Berichtsfragen

- Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander?

Wir bestellen nur geringe Mengen, und sind damit als Kunde nur ein kleiner Abnehmer. Wir sehen hier keinen signifikanten Einfluss durch uns, und beschränken uns auf die interne Auswahl.

- Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Eventuelle Missstände werden von uns nicht geprüft.

Verpflichtende Indikatoren

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

Büromaterial wird überwiegend (ca. 80 %) mit Green Label (blauer Engel und EU Ecolabel) und aus recycelten Materialien eingekauft. Ein Label, der auf Transparenz und Mitentscheidung verweist, haben keine eingekauften Produkte.

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

Mit unseren Lieferant:innen wurden bisher keine Gespräche bezüglich eines transparenten Umganges geführt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Entfällt, da Erstbericht.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Im kommenden Berichtszeitraum verschaffen wir uns erste Informationen zu Risiken und Missstände bzgl. Transparenz und Mitentscheidung entlang der Zulieferkette. Wir recherchieren, welche Label bei zugekauften Produkten Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt.

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

0 Punkte

Gewinne werden in erster Linie dazu benutzt, um Rücklagen im Unternehmen zu bilden, damit die Weiterentwicklung des Unternehmens möglichst zu 100% aus Eigenmitteln finanziert werden kann.

Dadurch können wir eine deutlich überdurchschnittliche Eigenkapitalquote aufweisen.

Berichtsfragen

- Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden überlegt?

Als Dienstleistungsunternehmen benötigen wir wenig zusätzliches Eigenkapital. Daher konnten wir in der Vergangenheit fast ausschließlich unser Wachstum aus den laufenden Erlösen bestreiten.

Einige Ausnahme bisher ist ein Wachstumskredit seit 10/2021 bei unserer regionalen Bank, der MBS (Mittelbrandenburgischen Sparkasse) über 150 T€.

- Welche Formen und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/oder über Ethikbanken konnten umgesetzt werden?

Als Finanzpartner sind wir mit unserem Girokonto seit Beginn der Firma bei der GLS- Bank. Eine Finanzierung kam bislang nicht in Betracht. Die Vorfinanzierung betrifft hier vor allem eine Vorleistung der Dienstleistung, da wir im allgemeinen Rechnungen erst nach erfolgter Leistung stellen können. Das dafür notwendige Kapital von ca. 0,3 Jahresumsätzen stammt zu 100 % vom Inhaber. Dadurch, dass wir mit dem eingesetzten Eigenkapital nachhaltige Gebäudetechnik am Markt fördern, würden wir dies mit einer Finanzierung einer Ethikbank gleichsetzen.

- Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken verringert werden?

Seit 2020 haben wir zusätzlich ein Bankkonto bei der MBS, da sie vor Ort ist, wir sie kennen und wir so leichter zu einem Wachstumskredit gekommen sind. Eine Kreditablösung kam bisher nicht in Betracht.

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

Die MBS bekennt sich ausdrücklich zum Prinzip der Nachhaltigkeit.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil Eigenkapital in Prozent

2020: 100 % Eigenkapital

2021: 91,6 % Eigenkapital

- Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche

Die durchschnittliche Eigenkapitalquote im Bau beträgt 24%, bei wissensintensiven Dienstleistungen 26,9% sowie bei sonstigen Dienstleistungen 32%.

- Fremdfinanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart (Angaben in Tsd. EUR und in % vom Fremdkapital)

keine

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Entfällt, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Analyse über die Machbarkeit und den Sinn einer Umschuldung des Wachstumskredits durch einen Kredit bei einer Ethischen Bank (z. B. GLS-Hausbank)

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

0 Punkte

In den letzten Jahren wurden die Gewinne fast ausschließlich dazu genutzt, das Unternehmen weiterzuentwickeln, wodurch mehr Mitarbeitende beschäftigt werden konnten und mehr nachhaltige Projekte für die Kunden umgesetzt wurden.

Hier stehen für uns die Sicherung des Unternehmens durch den Aufbau von Rücklagen, sowie die Sicherung zukünftiger Kundenbedürfnisse und die Sicherung der Arbeitsplätze im Vordergrund.

Eine Liste notwendiger Ausgaben für die Sicherung der Zukunftsfähigkeit wurde bisher bewusst nicht vorgenommen, da wir dies nicht für sinnvoll erachten. Stattdessen arbeiten wir mit der Kennzahl Finanzielle Reichweite als eine Kennzahl, die wir eben nicht bewusst weiter aufsplintern wollen

Berichtsfragen

- Welche notwendigen Zukunftsausgaben konnten ermittelt werden und wie weit sind ihre Deckung und zusätzliche Risikovorsorge möglich?

Es gibt keine zwingend notwendigen besonderen Zukunftsausgaben. Durch den laufenden Betrieb werden mit den laufenden Einnahmen auch die laufenden Kosten gedeckt.

- Welche Ansprüche stellen die Eigentümer*innen an Kapitalerträge mit welcher Begründung?

Als Eigentümer mit 100% Gesellschafteranteile stelle ich keine Ansprüche an Kapitalerträge, da mein notwendiges Einkommen über mein Geschäftsführergehalt gedeckt ist.

Verpflichtende Indikatoren

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit Tsd. EUR

2020: Ergebnis nach Steuern: 21.888,- €

2021: Ergebnis nach Steuern: 69.372,- €

Gesamtbedarf Zukunftsausgaben Tsd. EUR

Hier gibt es kein konkretes Budget.

Getätigte/r strategischer Aufwand/strategische Ausgaben Tsd. EUR

2020: der Gewinn wurde zu 100% reinvestiert

2021: der Gewinn wurde zu 70% reinvestiert, 30% als Gewinnbeteiligung an die Mitarbeitenden ausgeschüttet

Anlagenzugänge Tsd. EUR

Im Berichtszeitraum wurden keine Investitionen getätigt.

Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn) Tsd. EUR

2020: Ergebnis nach Steuern: 21.888,- €

2021: Ergebnis nach Steuern: 48.000,- € (70% des Gewinnes)

Auszuschüttende Kapitalerträge Tsd. EUR, in...% vom Stamm- oder Grundkapital

Es müssen keine Kapitalerträge ausgeschüttet werden.

Analyse und Bewertung:

Kapitalerträge werden grundsätzlich vorrangig für die Sicherung des Fortbestandes des Unternehmens eingesetzt. Eine Ausschüttung an den Eigentümer erfolgt erst, wenn der eingeschätzte Bedarf an Zukunftsausgaben zu 100% aus dem erarbeiteten Eigenkapital stammt

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Entfällt, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Werden für den kommenden Berichtszeitraum durch das Team festgelegt.

B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Verteilung von Geldmitteln trotz stabiler Gewinnlage fair erfolgt?

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Das Unternehmen kann bestätigen, dass die Verteilung von Geldmitteln trotz stabiler Gewinnlage fair erfolgt.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Teilweise Ausschüttung von Gewinnen an Mitarbeitende

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

0 Punkte

Als Unternehmen mit nur einem sehr geringen Anlagevermögen investieren wir bewusst unsere gesamten finanziellen Mittel in die Entwicklung des eigenen Unternehmens, da wir damit aktiv den Umbau der Energiewende unterstützen wollen.

Ansonsten existiert kein Investitionsplan, kein festgestellter ökologischer Sanierungsbedarf, es existieren keine Fondsveranlagungen und finanzierte Projekte. Aus unserer Sicht ist es besser, ein Unternehmen nach nur einer Kennzahl der Finanziellen Reichweite zu führen, und bei aktuellen Bedarfsfällen direkt zu reagieren. Budgetaufstellungen für das laufende Jahr oder kommende Jahre und die Kontrolle der Einhaltung dieser Pläne entspricht nicht unserer Art, auf die Welt zu schauen. Wir halten es hier vielmehr mit der Beschreibung Spüren und darauf antworten, so wie es Frederic Laloux für türkise Organisationen beschrieben hat.

Berichtsfragen

- Welche Investitionen in eigene Anlagen haben ökologisches Verbesserungspotenzial?

Keine Relevanz für unser Unternehmen

- Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt und welche Förderprogramme können genutzt werden?

Keine Relevanz für unser Unternehmen keine

- Welche Investitionen wurden / werden konkret vorgenommenen?

Keine Relevanz für unser Unternehmen keine

- In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?

Keine Relevanz für unser Unternehmen keine

Verpflichtende Indikatoren

Investitionsplan inkl. ökologischer Sanierungsbedarf Tsd. EUR

Wir haben bisher keinen Investitionsplan.

Realisierung der ökologischen Investitionen Tsd. EUR und % des Bedarfs

Wir haben keine Investitionen außerhalb des eigenen Unternehmens.

Finanzierte Projekte Tsd. EUR % v. Veranlagung

Wir haben keine zu finanzierenden Projekte außerhalb des eigenen Unternehmens.

Fonds-Veranlagungen Tsd. EUR % v. Veranlagung

Wir haben keine Fonds-Veranlagungen.

Analyse und Bewertung:

Das bestehende Kapital bleibt im Unternehmen bzw. wird seit 2021 zu 30% an die Mitarbeiter ausgeschüttet. Das Kapital wird reinvestiert im eigenen Unternehmen, um die Energiewende aktiv zu unterstützen. Insofern betreibt das Unternehmen mittelbar und permanent Beiträge für eine sozial-ökologische Transformation der Gesellschaft.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Entfällt, da Erstbericht.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Werden für den kommenden Berichtszeitraum durch das Team festgelegt.

B3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass das Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut oder dass zumindest eine mittelfristige Ausstiegsstrategie verfolgt wird?

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Das Unternehmen kann bestätigen, dass das Unternehmen nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Mittelbare Beiträge für sozial-ökologische Transformation der Gesellschaft aus erwirtschafteten Gewinnen.

B4 Eigentum und Mitentscheidung

0 Punkte

Das Unternehmen gehört zu 100% einem Gesellschafter. Auf der operativen Ebene sind alle Mitarbeitenden eingeladen, in Ihrem Bereich die Verantwortung für ihre Aufgabe zu übernehmen, und Entscheidungen dafür selbst zu treffen. Hierbei gilt das Prinzip, je größer die Entscheidung, je mehr Mitarbeitende sollten einbezogen werden. In letzter Konsequenz haftet der Eigentümer für die Entscheidungen, und damit hat in letzter Konsequenz auch der Eigentümer jederzeit das Recht auf ein Veto.

Dieses wird de facto fast nie angewendet, damit ein Klima des Vertrauens in die Eigenverantwortung der Mitarbeitenden gefördert wird.

Berichtsfragen

- Wer sind die Eigentümer*innen, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?

Das Unternehmen gehört zu 100% einem Gesellschafter.

- Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?

Dieses Thema wurde bisher nicht angegangen.

- Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer*innen gesichert und wie wird die neue Gemeinschaft auf diese Aufgaben vorbereitet?

Dieses Thema wurde bisher nicht angegangen.

- Wie hat sich die Eigentümerstruktur in den letzten Jahren entwickelt und wie wird die Veränderung abgesichert?

Das Unternehmen gehört seit 2014 konstant zu 100% einem Gesellschafter.

Verpflichtende Indikatoren

Wie verteilt sich das Eigenkapital in Prozent auf (Eigenkapitalstruktur in %, jeweils von 0 bis 100%):

- Unternehmer*innen 100%
- Führungskräfte
- Mitarbeiter*innen
- Kund*innen
- Lieferant*innen
- Weiteres Umfeld
- Nicht mittätige Kapital-Investor*innen

Analyse und Bewertung:

Es besteht seit Gründung eine Eigentumsstruktur aus den Gründern. Rechtsformen zur Eigentumsübertragung an einen breiteren Kreis an Mitarbeitenden wird derzeit nicht erarbeitet.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Entfällt, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Im Rahmen einer zukünftigen Regelung zur Unternehmensnachfolge könnten erste Überlegungen zur Veränderung der Eigentümerstruktur angestellt werden.

B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine feindlichen Übernahmen erfolgt sind?
Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Das Unternehmen kann bestätigen, dass keine feindlichen Übernahmen erfolgt sind.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

nichts

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

0 Punkte

Berichtsfragen

- Wie kann die Unternehmenskultur im Unternehmen beschrieben werden?

Gegenseitiger Respekt, offene Wertschätzung und ehrliche Kommunikation prägen meinen persönlichen Stil im Unternehmen. Ich versuche, die Mitarbeitenden nach ihren persönlichen Stärken einzusetzen. Die Mitarbeitenden werden eingeladen und ermutigt, selbstverantwortlich in Ihren Tätigkeiten Entscheidungen zu treffen, und aktiv zu entscheiden, wo sie sich intern von kompetenten anderen Mitarbeitenden Rat holen.

- Welche Maßnahmen wurden zu betrieblicher Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz umgesetzt und wie werden sie evaluiert?

Jeder Mitarbeitende wird aktiv eingeladen, die für sich stimmige Wochenarbeitszeit herauszufinden und innerhalb dieser dann auch wirksam zu arbeiten. Dies wird dadurch umgesetzt, dass alle Teilzeit arbeiten dürfen, dass die wöchentliche Arbeitszeit jederzeit angepasst werden kann und dass Überstunden abgebummelt werden dürfen.

Die Arbeitsplätze sind ergonomisch eingerichtet, die Mitarbeitenden können beispielsweise wählen, ob sie einen Steharbeitsplatz wollen oder nicht.

- Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von sowie im Umgang mit Mitarbeitenden und welche Betriebsvereinbarungen bzw. Maßnahmen gibt es bereits?

Wir sehen allgemein Vielfalt als Ressource an, wir denken, dass Vielfalt oder Diversität ein Team resilienter macht und sind offen hierfür. Es gibt aber dafür kein besonderes Konzept.

Verpflichtende Indikatoren

- Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit

Wir sind seit 2020 ein stark wachsendes Unternehmen, wodurch die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit sich derzeit senkt.

2020: 9 Mitarbeitende hatten eine durchschnittliche Betriebszugehörigkeit von 6,2 Jahren, 5 neue Mitarbeitende haben 2020 angefangen

2021: 13 Mitarbeitende hatten eine durchschnittliche Betriebszugehörigkeit von 4,1 Jahren, 9 neue Mitarbeitende haben 2021 angefangen

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

Kein Angebot

- Gesundheits-/Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung), Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen

Die Krankenquote wurde für die Mitarbeitenden ermittelt, die bereits zum 01.01. des Jahres angestellt waren.

2020: 9 Mitarbeitende waren insgesamt 26 Tage krank, dies waren 1,3%.

2021: 13 Mitarbeitende waren insgesamt 177 Tage krank, dies waren 5,9%.

Die Ursache waren 2 Langzeitkranke (77 und 64 Tage), beide gehören zur Altersgruppe der 35- bis 45-jährigen.

- Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle

2020 kein Betriebsunfall

2021 1 Betriebsunfall (Wegeunfall mit dem Fahrrad auf dem Weg zur Arbeit)

- In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit / Diversität: Inhalte + Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden

Keine Angebote

- Demografische Verteilung der Mitarbeitenden des Unternehmens im Hinblick auf Dimensionen der Diversität (zumindest nach den Kerndimensionen von Diversität: Alter, Geschlecht, Ethnie, körperliche / psychische Einschränkungen, sexuelle Orientierung, Religion – sofern erhebbar und relevant)

Verteilung weiblich / männlich

2020: 9 (w), 5 (m); 2021: 11 (w), 13 (m)

Mitarbeiter mit Migrationshintergrund:

2020: 0, 2021: 4

MA mit körperlichen Einschränkungen:

2020: 0, 2021: 1

- durchschnittliche Karenzdauer von Vätern-/Müttern in Monaten

2020: 1 Mitarbeitende (w) hat 1 Jahr Elternzeit genommen

2021: 1 Mitarbeitende (w) hat 1 Jahr Elternzeit genommen

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Das Unternehmen setzt sich mit seiner eigenen Unternehmenskultur auseinander. Als konkrete Maßnahmen sind Teilzeit willkommen.

Weitere Maßnahmen zur Förderung der Gesundheit und zur Steigerung der Diversität sind derzeit nicht geplant.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Erste Maßnahmen zur Förderung von Gesundheit am Arbeitsplatz werden umgesetzt.

Hierzu entwickelt das Team gemeinsam ein Konzept.

C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen? Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Das Unternehmen kann bestätigen, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Keine Aktivitäten

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

2 Punkte

Berichtsfragen

- Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster "lebenswürdiger Verdienst" zusteht?

Jeder Mitarbeitende wird aktiv eingeladen, die für sich stimmige Wochenarbeitszeit herauszufinden und innerhalb dieser effektiv zu arbeiten. Dies wird dadurch umgesetzt, dass alle Teilzeit arbeiten dürfen und dass die wöchentliche Arbeitszeit jederzeit angepasst werden kann. Der lebenswürdige Verdienst richtet sich nach der selbstgewählten Wochenarbeitszeit aus.

- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen?

Keine

- Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt? Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?

Die Arbeitszeiten werden auf Vertrauensbasis erfasst. Überstunden dürfen abgebummelt werden.

- Wie können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden?

Derzeit nicht vom Unternehmen vorgegeben.

- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen? Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?

Die Mitarbeitenden bestimmen selbst, wann sie arbeiten. Sie bestimmen ihre Wochenarbeitszeit selbst.

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

Die Wahlfreiheit des Mitarbeitenden über seine persönliche Wochenarbeitszeit.

Verpflichtende Indikatoren

- Höchst- und Mindestverdienst (*innerbetriebliche Spreizung*)

2020: 2,86:1

2021: 2,86:1

- Medianverdienst

2020: 3.100 € (Arbeitnehmerbrutto)

2021: 3.477 € (Arbeitnehmerbrutto)

- Standortabhängiger „lebenswürdiger Verdienst“ (für alle Betriebsstandorte)

Die gesetzliche relevante Größe ist hier der Mindestlohn. Diesen überschreiten wir deutlich. Bei den Gehältern orientieren wir uns am Merkblatt der unverbindlichen Gehaltsempfehlung des Arbeitgeberverbandes Deutscher Architekten und Ingenieure e.V. - ADAI

- Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z. B. 38 Stunden)

Die Wochenarbeitszeit für eine Vollzeitstelle beträgt 40h.

- Tatsächlich geleistete Überstunden

Überstunden werden zeitnah als Zeitausgleich/Freizeit genommen.

Analyse und Bewertung:

Das Unternehmen analysiert regelmäßig die Arbeitslast sowie die Arbeitsverteilung zwischen den Mitarbeitenden. Ein Modell der Teilzeit und des linear angepassten Gehaltes wird regelmäßig von den Mitarbeitenden genutzt, um ihre persönliche Work-Life-Balance zu leben. Bei ständig anfallenden Überstunden wird mit den Mitarbeitenden gemeinsam nach einer Lösung gesucht, die individuelle Arbeitsbelastung wieder zu senken.

Vorschlag für die Bewertungsstufe: Erfahren - 2 Punkte

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Mitarbeitende werden dabei unterstützt, bewusst mit ihrer Wochenarbeitszeit und ihren Überstunden umzugehen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Ein „lebenswürdiger Verdienst“ in der Region wird evaluiert. Es werden Maßnahmen zusammen mit dem Team entschieden, dass Mitarbeitende mindestens dieses Einkommen erzielen können.

C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Mitarbeitenden nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet werden?
Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Das Unternehmen kann bestätigen, dass die Mitarbeitenden nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet werden.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Erstmals 2021 wurden Gewinnausschüttungen an Mitarbeitende vorgenommen.

C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

1 Punkt

Es gibt durch den Unternehmenszweck „Schaffung von nachhaltigen Räumen und nachhaltiger TGA“ thematisch einen starken Bezug zur Nachhaltigkeit. Diese Vorbildfunktion wird direkt in der Projektbearbeitung thematisiert. Inwieweit dies auf den privaten Bereich der Mitarbeitenden sich auswirkt, darüber gibt es bisher keine Erhebungen.

Berichtsfragen

- Welchen Wert legen das Unternehmen und die Mitarbeitenden auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz?

Die Mitarbeitenden versorgen sich privat, zwischen veganer Lebensweise und regelmäßigem Fleischkonsum ist das gesamte Spektrum vertreten. So wird auch das Einkaufsverhalten sich vom Discounter (auch überregionale Produkte) bis zum Bio-Markt (eher regionale Produkte) erstrecken.

- Welche Verkehrsmittel benützen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?

Es sind alle Verkehrsmittel vertreten, in Berlin kommen die meisten Mitarbeitenden mit den öffentlichen Nahverkehrsmitteln, einige mit dem Fahrrad oder mit dem Auto. Auf dem Land ist das häufigste Verkehrsmittel das Auto, gefolgt vom Fahrrad.

Genauere Befragungen zu diesem Thema wurden bisher nicht durchgeführt.

- Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden, gibt es Weiterbildungsangebote?

Es wurde vom Unternehmen bisher keine Hinweise über zuträgliches Essverhalten und ökologischer Fahrt von zu Hause zum Arbeitsplatz an die Mitarbeiter:innen gegeben. So ist es jedem freigestellt, wie er sich ernährt und mit welchem Verkehrsmittel er zur Arbeit kommt. Auch gibt es hierfür speziell keine Weiterbildungsangebote.

Die Strategie besteht mit Vorbildfunktion des Eigentümers zu wirken. Er fährt in Berlin mit dem Fahrrad bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln, ernährt sich überwiegend vegetarisch und biologisch-regional und zeigt dadurch, dass mit einer gesunden Lebensweise eine hohe individuelle Zufriedenheit erreicht werden kann.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft

Den Anteil der privaten Verpflegung aus ökologischer Herkunft wurde nicht erfasst.

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

Den Anteile der Anreise wurde nicht erhoben.

- Nutzungsgrad des ökologischen Betriebsangebots der Mitarbeitenden in %

Ein ökologisches Betriebsangebot für Mitarbeiter gab es bislang nicht.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Der Unternehmenschef lebt Verhalten durch gesunde Ernährungsweise und Nutzung von ökologischen Verkehrsmitteln zum Arbeitsplatz vor.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Als weitere erste Schritte könnten ökologische Aspekte zur Erhaltung der Arbeitskraft durch gesunde Ernährung (z. B. Obstkorb) und Nutzung von ökologischen Verkehrsmitteln zum Arbeitsplatz empfohlen werden. Das Team entscheidet die Intensität der Umsetzung erster Schritte.

C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass im Unternehmen weder Verschwendung von Ressourcen gefördert noch unökologisches Verhalten geduldet wird?

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Das Unternehmen kann bestätigen, dass im Unternehmen keine Verschwendung der Ressourcen gefördert wird.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Entfällt, da Erstbericht

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

3 Punkte

Transparenz und Partizipation in Entscheidungsprozessen sind aus unserer Sicht sinnvoll und notwendig, damit die Mitarbeitenden in eigene Selbstverantwortung und Selbstorganisation in ihrem Bereich hineinwachsen können.

Berichtsfragen

- Welche wesentlichen/kritischen Daten sind für die Mitarbeitenden leicht zugänglich?

Die Wirtschaftlichkeit in den Projekten sowie die wirtschaftliche Situation des Unternehmens sind den Mitarbeitenden durch ein gemeinsames Gespräch mit der Geschäftsführung zugänglich.

- Wie werden Führungskräfte ausgewählt, evaluiert und abgesetzt? Von wem?

Führungskräfte werden von der Geschäftsführung bestimmt, die Teamleitung und das Team hat dazu beratende Funktion.

- Welche wesentlichen Entscheidungen können die Mitarbeitenden mehrheitsdemokratisch oder konsensual mitbestimmen?

Die Art, wie zusammengearbeitet wird, und welches Projektteam welches Projekt bearbeitet, wird im Konsent vom Team entschieden.

Ebenso liegt die Abstimmung der Urlaubsplanung, wann man während der Arbeitszeit erreichbar sein muss, wann Homeoffice geht und wann Präsenz im Büro erforderlich ist, beim Team. Diese Themen liegen in der Entscheidungshoheit der Mitarbeitenden. Für den Fall, dass das Team miteinander keine Einigung erzielt, wird die Geschäftsführung als beratendes Organ hinzugezogen.

- Welche Erfahrungen wurden bisher mit mehr Transparenz und Mitbestimmung gemacht?

Wir halten die Anforderungen des Datenschutzes ein. Als Unternehmen, welches zu 100% dem Eigentümer gehört, werden in letzter Instanz alle wichtigen Entscheidungen vom Eigentümer und Geschäftsführer getroffen. In den Entscheidungsprozess werden die Mitarbeiter beratend eingebunden, hierzu gibt es aber kein schriftlich abgestimmtes Prozedere.

Verpflichtende Indikatoren

- Grad der Transparenz bei kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung in %).

Ca. 50%

- Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden (in %).

Ca. 50%

- Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden (in %).

Ca. 50%

Analyse und Bewertung:

Bei wesentlichen Themen werden häufig die Mitarbeitenden beratend angehört, hier ist das Ziel, dass die wesentlichen Entscheidungen vom gesamten Team mitgetragen werden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Die Anhörung und Mitwirkung bei wesentlichen Themen und Entscheidungen – einschließlich der Bestellung von Führungskräften – ist gegeben. Einige kritische Daten sind den Mitarbeitern zugänglich.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Der größte Teil kritischer Daten soll für alle Mitarbeitenden transparent, leicht verfügbar und verständlich aufbereitet werden.

C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Verhinderung des Betriebsrates vorliegt?
Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Das Unternehmen kann bestätigen, dass keine Verhinderung des Betriebsrates vorliegt.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Entfällt, da Erstbericht.

D1 Ethische Kundenbeziehung

2 Punkte

Berichtsfragen

- Wie werden neue Kund*innen gewonnen und wie Stammkund*innen betreut?

Neue Kund:innen gewinnen wir derzeit ausschließlich über unser bestehendes Netzwerk, wodurch wir weiterempfohlen werden, und potentiell neue Kund:innen uns anfragen. Als ersten Schritt prüfen wir gemeinsam, ob eine gemeinsame Zusammenarbeit im Interesse von unserem potentiellen Neukunden und unserem Unternehmen ist. Bei Bejahung dieser Frage geben wir anschließend ein bedarfsorientiertes Angebot ab.

Stammkund:innen werden von uns nicht nach speziellen Regeln betreut, sie gehören zu unserem Netzwerk, und damit nehmen wir Kontakt mit Ihnen auch außerhalb eines konkreten Auftrages auf, wenn es sich für uns stimmig anfühlt.

- Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kundennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?

Unser Ziel ist das Mitwirken bei der Energiewende. Unser Wirkungsbereich liegt hier in der nachhaltigen Gebäudetechnik. Dieser Purpose hat höhere Priorität als ein Kundennutzen, der ausschließlich dem Kunden dient. Durch die Berücksichtigung unseres Purpose auch während der Angebotsbearbeitung stellen wir hier jedoch sicher, dass nur ein Kundennutzen, der im Einklang mit nachhaltigen Zielen der Gesellschaft steht, ein entsprechendes Angebot erhält.

- Welche Kund*innen-Gruppen haben einen erschwerten Zugang zu den Produkten und Dienstleistungen? Was wird getan, dass diese auch in den Genuss der Produkte/Dienstleistungen kommen können?

Kund:innen, die nicht nachhaltig bauen wollen, erhalten von uns kein Angebot. Während der Angebotsphase sind wir mit diesen Kund:innen im Dialog, und versuchen, Schnittmengen zu finden, die ein ökologisches Angebot von uns ermöglichen. Hierbei besteht die Möglichkeit für die Kund:innen, ihre Anfrage Richtung Nachhaltigkeit zu verändern.

Finanziell benachteiligte Kund:innen, wie Gemeinschaften, soziale Vereine, Elterninitiativen erhalten einen Rabatt auf unseren Stundensatz von ca. 10%.

Verpflichtende Indikatoren

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

Als Werbemaßnahme dient unsere Webseite, die wir aktuell halten.

Wir haben in diesem Bereich kein Budget oder Zielvorgaben. Neue Aufträge werden ausschließlich über Anfragen der Kunden akquiriert.

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

Alle Mitarbeitende haben ein Festgehalt. Umsatzabhängige Gehaltsbestandteile gibt es nicht.

- Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: ja/nein

nein

- Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innen-Gruppen gekauft wird.

Für uns zählen Gemeinschaften, soziale Vereine, Elterninitiativen für Freie Schulen etc. zu den benachteiligten Gruppen, da diese nicht über ausreichend finanzielle Möglichkeiten verfügen, um unsere Dienstleistung in vollem Umfang zu bezahlen. Diese Gruppen machen ca. 5% von unserem Auftragsvolumen aus, für diese Gruppen geben wir einen Rabatt von ca. 10%, um sie zu unterstützen.

Analyse und Bewertung:

Wir halten uns an die Regeln des lautereren Wettbewerbs, pflegen eine ehrliche Kommunikation mit den Kunden und verzichten auf vergleichende Werbung. Wir beschäftigen uns aktiv mit den Kundenbedürfnissen und identifizieren benachteiligte Kundengruppen. Eine konkrete Ethikleitlinie existiert nur in mündlicher und gelebter Form. Sie wird damit nicht verpflichtend, sondern einfach nur in den überwiegenden Fällen umgesetzt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Die Webseite wurde komplett neu überarbeitet.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Als nächsten Schritt sehen wir eine Verbesserung hinsichtlich der schriftlichen Formulierung einer Ethikleitlinie, die sicherstellt, dass unsere Dienstleistung neben dem Kundennutzen auch im Einklang mit nachhaltigen Zielen der Gesellschaft steht.

D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt werden?

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Das Unternehmen kann bestätigen, dass ich keine unethischen Werbemaßnahmen durchführe.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert: Entfällt, da Erstbericht

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

1 Punkt

Berichtsfragen

- Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert und welche Ziele werden dabei verfolgt?

Wir versuchen allen Stakeholdern auf Augenhöhe und mit der Haltung von Respekt und Wertschätzung zu begegnen. Für uns ist klar, dass Kooperation immer Vorrang vor Konkurrenz haben sollte und hat.

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

Wenn wir bei Projekten oder Anfragen vor den Projekten das Gefühl haben, dass es einen uns bekannten Stakeholder gibt, der für das Kundenbedürfnis der geeignete Ansprechpartner wäre, dann vermitteln wir gerne zwischen den Beteiligten. Dies sehen wir als unseren Beitrag an, dass wir alle gemeinsam auf dieser Welt und in Verbindung sind.

Verpflichtende Indikatoren

- Wie hoch ist der investierte Zeit- / Ressourcenaufwand für Produkte und Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens? (in Stunden/Jahr bzw. %-Anteil)

Wenn ich den Gedanken, dass wir in Verbindung mit allen Stakeholdern leben, konsequent zu Ende denke, dann wären es 100 %.

- Wie viel Prozent von Zeit / Umsatz wird durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet / erzielt:
 - Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional): _____
 - Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere ZG ansprechen: _____
 - Unternehmen der gleichen Branche in gleicher Region, mit anderer ZG: _____

Diese Unterteilung macht für mich keinen Sinn, siehe unsere Antwort zu Frage davor.

- In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen? (Anzahl: x/3)
 - Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards **nur indirekt durch unsere Haltung**
 - Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (responsible Lobbying) **nein**
 - Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards **nur indirekt durch unsere Haltung**
- Wie viele Arbeitskräfte / Mitarbeiterstunden wurden an Unternehmen anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? **keine**

- der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? **keine**
- Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen
 - anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? **keine**
 - der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? (%-Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge) **keine**
- Wie hoch beläuft sich die Summe an Finanzmittel, die an Unternehmen
 - anderer Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? **keine**
 - der gleichen Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? (Summe, %-Anteil vom Umsatz/Gewinn) **keine**

Analyse und Bewertung:

Wir pflegen eine offene Grundhaltung zu Mitunternehmern, schließen Kooperationen auf Anfrage, sind zu solidarischem Handeln bereit, erst recht bei Hilferufen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Wir signalisieren Mitunternehmen Solidarität und sind im Notfall kooperierend an ihrer Seite

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Wir gewinnen erste konkrete Erfahrungen in der Kooperation mit Mitunternehmen.

D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen komplett verzichtet wird?

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Ich bestätige, dass ich auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen komplett verzichte.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Entfällt, da Erstbericht.

D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

0 Punkte

Berichtsfragen

- Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen?

Im Planungsverlauf stellen wir in Varianten auch ökologische Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten der Gebäudetechnik gegenüber und bilanzieren hier für den Kunden Brennstoffverbrauch und CO₂-Emissionen, wenn dies für den Entscheidungsprozess der Kunden hilfreich ist.

- Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert?

Unsere Strategie ist eine sorgfältige und transparente Bearbeitung der Planung unter Berücksichtigung unseres Purpose, bei der Energiewende durch die Förderung von nachhaltiger Gebäudetechnik aktiv mitzuwirken. Wir sind stetig dabei, die ökologischen Auswirkungen zu minimieren.

- Wie sind Konsistenz, Effizienz und Suffizienz im Geschäftsmodell verankert?

Konsistenz: Soweit uns möglich verwenden wir beim Planungsprozess nachhaltige Produkte.

Effizienz / Suffizienz: Unser Ziel ist das Erreichen der Kundenbedürfnisse mit einer möglichst einfachen Gebäudetechnik unter Berücksichtigung der Minimierung des Materialeinsatzes und des späteren Ressourcenverbrauches im Betrieb. Auf diesem Weg fördern wir die Bewusstseinsbildung unserer Kunden zur maßvollen Nutzung von Energie und Wasser.

- Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?

Unser Unternehmenspurpose sieht die Planung von nachhaltiger Gebäudetechnik auf der gesamten Produktpalette vor. Das ist die zentrale Leitlinie, welcher wir uns als Unternehmen verpflichtet haben.

Unsere unternehmerische strategische Ausrichtung zielt auf Kunden, die sich davon angezogen fühlen.

- Wie wird die maßvolle Nutzung in der Kommunikation mit Kund*innen gefördert?

Unseren Kunden stellen wir gern umfassende Informationen zu ökologischen Auswirkungen unserer geplanten Maßnahmen zur Verfügung. Denn die Förderung eines maßvollen

Gebrauchs unserer geplanten technischen Anlagen ist wesentlicher Bestandteil unseres Geschäftsmodells (Purpose).

Analyse und Bewertung:

Unser Geschäftsmodell und unser Produktportfolio sind hinsichtlich möglichst geringer ökologischer Auswirkungen ausgerichtet. Die Unternehmenskommunikation zielt auf eine aktive Förderung maßvoller Nutzung ab und stellt den Kunden Informationen zu ökologischen Auswirkungen der Produkte zur Verfügung. Unsere Dienstleistung ist hier projektspezifisch und bedarfsspezifisch, es existiert daher bisher kein übergeordneter Prozess.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Weitere Optimierung unserer Planungsleistungen hinsichtlich ökologischer Auswirkungen.

D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen gibt?

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

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

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Entfällt, da Erstbericht.

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

1 Punkt

Berichtsfragen

- Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kund*innen eingeräumt und wie wird darüber kommuniziert?

Der Planungsprozess wird gemeinsam mit allen Stakeholdern durchgeführt, hierzu wird so transparent wie möglich kommuniziert, dadurch haben alle Stakeholder durch den jeweiligen Planungs- und Bauprozess Mitsprachemöglichkeiten.

- Werden Impulse von Kund*innen zur sozial-ökologischen Verbesserung der Produkte und Dienstleistungen aufgenommen?

Wir gehen gerne auf ökologische Verbesserungsvorschläge unserer Kunden ein, prüfen diese und stellen die technischen, ökologischen und ökonomischen Konsequenzen dar.

- Welche Produktinformationen sind öffentlich zugänglich (Inhaltsstoffe, Wertschöpfungskette, ökologisch relevante Informationen, Preisfindung)?

Informationen zu unseren planungsrelevanten Fakten sind nicht öffentlich, sondern nur unseren Kunden für ihre eigenen Planungsvorgänge zugänglich.

Verpflichtende Indikatoren

- Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund*innen entstanden sind. 0
- Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes). 0
- Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes). 0

Analyse und Bewertung:

Kundenfeedback wird gelegentlich gesucht. Ein Überblick über unseren internen Planungsprozess besteht nur intern. Ein Konzept zur Veröffentlichung der Preisbestandteile unserer Planung existiert nicht.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Keine gemeinwohlrelevanten Aktivitäten

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Im kommenden Berichtszeitraum entscheidet das Team, in welcher Weise ein systematisches Kundenfeedback aufgenommen und für den Kunden nachvollziehbar umgesetzt werden kann. Auch werden Möglichkeiten erörtert, dem Kunden die Wertschöpfung im Planungsprozess zur Steigerung der Preisakzeptanz zu erläutern.

D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Produkte keine Schadstoffe enthalten, die Kund*innen und Umwelt belasten und auch keine schädlichen Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte entstehen?

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Ich kann bestätigen, dass meine Dienstleistungen keine Schadstoffe enthalten, die Kund*innen und Umwelt belasten und auch keine schädlichen Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte entstehen.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Entfällt, da Erstbericht.

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

1 Punkt

Wir sind Dienstleister. Unser Produkt ist eine Planung bzw. Beratung zu Fragen der technischen Gebäudeausrüstung. Durch unsere Fokussierung auf nachhaltige technische Anlagen gestalten wir die Energiewende unserer globalen Gesellschaft als Dienstleister aktiv mit.

Wir erschaffen nachhaltige Räume, wo Menschen mit sich und anderen in Kontakt kommen können.

Berichtsfragen

- Welche der neuen Grundbedürfnisse (siehe unten) erfüllen die Produkte/Dienstleistungen des Unternehmens?

Wir sorgen für die Grundbedürfnisse Gesundheit/ Wohlbefinden (1) durch Wärme und Wasser/Abwasser und Sicherheit (2) durch Zuverlässigkeit und Verfügbarkeit der geplanten und installierten technischen Anlage.

Indirekt sorgen wir weiterhin noch für die Grundbedürfnisse:

- Muße/Erholung (6) die beispielsweise in warmen Räumen ermöglicht wird
 - Kreatives Schaffen (7) in beispielsweise gut beleuchteten und durchlüfteten Räumen
 - Identität (8) wenn zum Beispiel individuell die Klimaparameter im Wohnraum eingestellt werden können
 - Freiheit/ Autonomie (9) ist zum Beispiel bei Null-Energie-, Grauwasser-Haus-Anlagen und/oder PV-Anlagen-Stromversorgung möglich
- Welche der Produkte/Dienstleistungen sind Luxusprodukte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenschädliche Produkte des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können?

Unsere Dienstleistung ergänzt vorgegebene Raumstrukturen und Nutzungskonzepte der Auftraggeber – es ließe sich hier darüber streiten, was einfache Räume bedeuten würden, und was an Gebäuden „nur“ Status ist, dies ist aber nicht unsere Rolle bzw. Funktion im Bauprozess. Die technische Gebäudeausrüstung soll nach unserem Verständnis einem einfachen guten und ökologischen Leben dienen, und erfüllt damit Grundbedürfnisse.

- In welcher Form dienen unsere Produkte/Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?

In Räumen, wo sich der Mensch wohl fühlt, kann er persönlich wachsen. Daraus folgt, dass unsere Dienstleistung als ein Nährboden für persönliches Wachstum gesehen werden kann.

- Welche gesellschaftlichen/ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch unsere Produkte/Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert? (Orientierung an UN-Entwicklungszielen, siehe vertiefende Online-Informationen)
- Gesundheit und Wohlergehen (3) durch Klimatisierung der Wohnräume

- Hochwertige Bildung (4) durch Informationsgabe an die Gesellschaft über technisch Machbares
- Sauberes Wasser und sanitäre Einrichtungen (6) ist unser Basisgeschäft
- Bezahlbare und saubere Energie (7) ist unser Basisgeschäft
- Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum (8) entsteht durch unsere Unternehmensaufgabe
- Nachhaltige Städte und Gemeinden (11) entsteht durch unsere Unternehmensaufgabe
- Massnahmen zum Klimaschutz (13) entsteht durch unsere Unternehmensaufgabe
- Leben an Land (15) schützen wir durch unsere Unternehmensaufgabe

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes:

1. Erfüllte Bedürfnisse
 - decken Grundbedürfnisse 100 %
 - Statussymbol/Luxus 0 %
2. Dienen der Entwicklung
 - der Menschen 50 %
 - der Erde/Biosphäre 0 %
 - löst gesellschaftlich/ökologische Probleme lt. UN-Entwicklungszielen 50 %
3. Nutzen der Produkte/Dienstleistungen:
 - Mehrfachnutzen/einfacher Nutzen 100 %
 - Hemmender/Pseudo-Nutzen %
 - Negativnutzen %

Analyse und Bewertung:

Gesetzliche Vorschriften werden eingehalten. Einige eingekaufte Produkte tragen ein Label, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Keine besonderen Aktivitäten zur Steigerung des Gemeinwohls.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Das Team plant Möglichkeiten, auf welche Weise Informationen auch an Nicht-Kunden gegeben werden können, die den Beitrag der TGA-Planung der Planungsbüros Drobka zur Lösung von gesamtgesellschaftlichen Herausforderungen aufzeigt und setzt diese Ideen um.

E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine der aufgelisteten menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen produziert oder verkauft werden?

Das Unternehmen kann bestätigen, dass keine der aufgelisteten Dienstleistungen produziert oder angeboten werden.

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Entfällt, da Erstbericht.

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

0 Punkte

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 (z.B. Förderungen, Subventionen) erhält das Unternehmen andererseits?

Als gewinnorientiertes Unternehmen leisten wir die gesetzlich vorgegebenen Steuern und Sozialleistungen. Wir erhalten keine Förderungen bzw. Subventionen.

- Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet? Worin besteht der Eigennutzen an diesen Aktivitäten?

Wir leisten kein ehrenamtliches Engagement.

- Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens?

Wir bewirken keine nachhaltigen Veränderungen.

- Wie stellt das Unternehmen sicher, dass illegitime Steuervermeidung oder Korruption und negativer Lobbyismus nicht begünstigt bzw. verhindert wird?

Hier gibt es keine Struktur. Als eigentümergeführtes Unternehmen wird dies durch den Gesellschafter und Geschäftsführer Stefan Drobka sichergestellt.

Verpflichtende Indikatoren

Umsatz

Nettoabgabenquote, darin sollen folgende Beiträge eingerechnet werden:

- effektiv bezahlte Ertragsteuern (Einkommenssteuer, Körperschaftssteuer)
- Lohnsummenabhängige Steuern und Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitgeber
- Summe der Lohnsteuer und SV-Beiträge der unselbstständig Beschäftigten
- abzüglich aller unternehmensbezogener Subventionen und Förderungen

Diese Netto-Abgaben werden auf die ausgewiesene Wertschöpfung (Gewinn vor Steuern plus Fremdkapitalzinsen plus Einnahmen aus Mieten und Verpachtung) bezogen und ergeben damit die relative Netto-Abgabenquote.

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an betrieblichem Nutzen dieser Leistungen (in Prozent des Umsatzes bzw. der Gesamtjahresarbeitszeit)

Analyse und Bewertung:

Gesetzliche Vorschriften werden eingehalten. Einige eingekaufte Produkte tragen ein Label, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Keine besonderen Aktivitäten zur Steigerung des Gemeinwohls.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Die Geschäftsleitung wird sich zusammen mit dem Team über seine möglichen Beiträge zum Gemeinwesen bewusst und spricht darüber, auch in der Öffentlichkeit.
Freiwillige Leistungen des Teams und der Geschäftsleitung für das Gemeinwohl werden punktuell umgesetzt.

E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es keinerlei Praktiken betreibt, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entziehen?
Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Das Unternehmen kann bestätigen, dass es keinerlei Praktiken betreibt, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entzieht.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Entfällt, da Erstbericht.

E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es selbst keine korruptionsfördernden Praktiken betreibt und dass sämtliche Lobbying-Aktivitäten offengelegt wurden?
Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Das Unternehmen kann bestätigen, dass es selbst keine korruptionsfördernden Praktiken betreibt und dass sämtliche Lobbying-Aktivitäten offengelegt wurden.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Entfällt, da Erstbericht.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen 0 Punkte

Dieses Thema hat für das Planungsbüro Drobka keine hohe Relevanz, da wir im Wesentlichen nur Dienstleistungen bereitstellen, welche keinerlei direkten schädlichen ökologischen Auswirkungen haben. Im Gegenteil trägt ein großer Teil unserer Dienstleistung zu einer Reduktion der ökologischen Auswirkungen bei.

Berichtsfragen

- Welche negativen Umweltwirkungen in Bezug auf Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse?

Unsere Betriebsräume sind angemietet. Wenn möglich beziehen wir unseren Strom von einem Ökostromanbieter. Heizkörper werden mit Thermostat gesteuert. Als Betriebsfahrzeuge haben wir 2 Elektroautos geleast und besitzen ein Betriebsfahrrad. Kartuschen und Schreibbüroabfälle werden ordnungsgemäß entsorgt.

- Welche Daten zu den wesentlichen Umweltwirkungen (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?
- Wie werden Umweltdaten veröffentlicht?

Es werden keine Daten erhoben und veröffentlicht.

Verpflichtende Indikatoren

Entsprechend dem Tätigkeitsfeld des Unternehmens sind relevante Umweltkonten zu berichten:

- Ausstoß klimawirksamer Gase in kg

Den Ausstoß klimawirksamer Gase aus der Beheizung der Büroräume wurde nicht erfasst.

- Transporte (und dessen CO₂ Äquivalent) in km bzw. kg

Als Dienstleister transportieren wir keine Produkte.

- Benzinverbrauch (und dessen CO₂ Äquivalent) in Liter bzw. kg

Den Ausstoß klimawirksamer Gase aus dem Anteil der Anreise zum Kunden und den Heimfahrten der Mitarbeitenden wurde nicht erfasst.

- Stromverbrauch (und dessen CO₂ Äquivalent) in kWh bzw. kg

2020: 3391 kWh

2021: 3469 kWh

- Gasverbrauch (und dessen CO₂ Äquivalent) in kWh bzw. kg

Das Planungsbüro hat neben der Gaszentralheizung keinen weiteren Gasverbrauch.

- Heizenergie (in Bezug auf die jeweilige Durchschnittstemperatur) in kWh/°C

Hierzu liegen keine Kennzahlen vor.

- Verbrauch von Trink- und Regenwasser in m³

Hierzu liegen keine Kennzahlen vor.

- Chemikalienverbrauch (giftig, ungiftig) in kg

Der Umfang von Chemikalien in Reinigungsmittel für unsere Büroräume ist nicht bekannt.

- Papierverbrauch in kg

Hierzu liegen keine Kennzahlen vor.

- Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien in kg

Hierzu liegen keine Kennzahlen vor.

- Kunstlicheinsatz in Lumen, kWh

Hierzu liegen keine Kennzahlen vor.

- Schadstoffemissionen in kg

Hierzu liegen keine Kennzahlen vor.

Die jeweiligen Messwerte sollten auf betrieblich relevante Kenngrößen umgelegt werden (z.B. kg CO₂ pro Mitarbeitendem oder bezogen auf den Umsatz). Die Bezüge können dann zur Überprüfung der Erreichung des Ziels „Reduzierung“ genutzt werden.

Analyse und Bewertung:

Gesetzliche Vorschriften werden laut Arbeitsstättenverordnung eingehalten.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Keine besonderen Aktivitäten zur Steigerung des Gemeinwohls.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Mit dem Team werden erste Schritte zur Identifikation genutzter Energien, eingesetzter Stoffe und Entsorgungen von Stoffen unternommen und deren wesentliche ökologische Auswirkungen.

E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es nicht gegen Umweltauflagen verstößt bzw. die Umwelt nicht unangemessen belastet?

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Das Unternehmen kann bestätigen, dass es nicht gegen Umweltauflagen verstößt.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Entfällt, da Erstbericht

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

0 Punkte

Die Struktur der GmbH orientiert sich an den gesetzlichen Vorgaben. Während unserer Arbeit als Dienstleister üben wir uns an einer transparenten und offenen Haltung gegenüber allen öffentlichen bzw. gesellschaftlichen Stakeholdern.

Berichtsfragen

- Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst und in welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation, Zugänglichkeit für die Öffentlichkeit)?

Wir geben auf unserer Website alle wichtigen Informationen in die Öffentlichkeit, die sie braucht, um unsere Unternehmensaufgabe, unseren Purpose zu erkennen und erbrachte Ergebnisse wahrzunehmen.

- Wie können Bürger*innen in Dialog treten und gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?

Durch direkte Kontaktaufnahme mit der Geschäftsleitung kann das öffentliche Umfeld seine legitimen Interessen kundtun.

- Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?

Eine systematische Dokumentation findet noch nicht statt. Einfluss in das unternehmerische Tun erfolgt nach Abwägung der Inhalte der Dialoge durch die Geschäftsleitung zusammen mit dem Team.

Verpflichtende Indikatoren

- Veröffentlichung eines Gemeinwohlberichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung

Dies fand noch nicht statt und wird erstmals mit diesem Gemeinwohlbericht erfolgen.

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

Die Mitentscheidung öffentlicher Träger (z. B. Finanzbehörde, Aufsicht des arbeitsmedizinischen Dienstes, etc.) genügt den gesetzlichen Vorgaben.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Keine besonderen Aktivitäten zur Steigerung des Gemeinwohls.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Die Geschäftsleitung und das Team unternehmen mit der Veröffentlichung des ersten Gemeinwohlberichts erste Analysen und konkrete Planungen einer transparenten und auf Fakten beruhenden Berichterstattung und ermöglichen dem gesellschaftlichen Umfeld (Bürger, Organisationen) mit dem Unternehmen in Dialog zu treten. Daraus erwachsende Ergebnisse werden dokumentiert.

E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Berichtsfrage:

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es keine falschen Informationen über das Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene verbreitet?

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Das Unternehmen kann bestätigen, dass wir keine falschen Informationen über das Unternehmen verbreiten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Entfällt, da Erstbericht

Ausblick

Da wir auf dem Weg zu einer selbstorganisierten türkisenen Organisationsform (nach Laloux) sind, geben wir uns bewusst innerhalb unseres Unternehmens keine konkreten Ziele, deren Umsetzung wir dann im Folgenden kontrollieren.

Stattdessen arbeiten wir mit dem Prinzip, dass wir Veränderungen am Markt erspüren und darauf antworten. Dieses Prinzip „Sense and response“ ist die Grundlage, wie wir arbeiten wollen.

Kurzfristige Ziele

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

Für den nächsten Zertifizierungszeitraum verfolgen wir das Ziel, dass die Gemeinwohlökonomie in die Unternehmenskultur integriert wird, und Verbesserungsvorschläge aus dem ganzen Team kommen können.

Langfristige Ziele

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

Unser langfristiges Ziel besteht darin, dass alle Mitarbeitenden in ihrem direkten Arbeitsbereich die Bereiche der Gemeinwohlökonomie im Blick haben, und wir somit von innen heraus die nächsten Schritte oder Ziele entwickeln.

EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Eu COM 2013/207)

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

- Beschreibung des Geschäftsmodells. Was ist der Zweck des Unternehmens, womit wird Nutzen gestiftet für Kunden, wodurch werden Gewinne erwirtschaftet.
- Welche Politiken verfolgt das Unternehmen, um die Einhaltung der gebotenen Sorgfalt in **Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelangen, zur Achtung der Menschenrechte und zur Bekämpfung von Korruption** zu gewährleisten?
- Was sind die primären Risiken der Geschäftsprozesse in diesen Bereichen?
- Was sind die primären Risiken der Geschäftsbeziehungen, Produkte und Dienstleistungen in diesen Bereichen?
- Wie werden diese Risiken gehandhabt? Mit welchen Ergebnissen?
- Offenlegung relevanter nicht-finanzieller Leistungsindikatoren

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

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)

Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?

Bei der Erstellung des Berichtes waren 2 Personen beteiligt, es wurden ca. 120 Arbeitsstunden dafür aufgewendet.

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

Datum: 00. Monat Jahr