

# GEMEINWOHL-BERICHT

## UNTERNEHMEN

### ALLGEMEINE INFOS

- Armin Hipper – Büro für Nachhaltigkeit und Wirtschaftsethik, kurz: BNW
- Branche: Beratung
- Ein-Personen-Unternehmen (EPU), in Teilzeit
- Web: [www.arminhipper.de](http://www.arminhipper.de)
- Berichtszeitraum: 2014/15

Anmerkung zu Schreibweise: Männliche und weiblichen Grammatikformen werden abwechselnd verwendet, zur besseren Lesefreundlichkeit ist das jeweils andere Geschlecht mit eingeschlossen.

### TÄTIGKEITSBEREICH

Armin Hipper – Büro für Nachhaltigkeit und Wirtschaftsethik ist ein Ein-Personen-Unternehmen, welches seit 2013 Beratungs- und Dienstleistungen sowie Vorträge und Lehrtätigkeiten im Kontext von Nachhaltigkeit und Wirtschaftsethik anbietet. Die Tätigkeit wurde im oben genannten Berichtsraum in unterschiedlicher Ausprägung in Teilzeit betrieben (zuletzt 30%).

### Mission

„Meine Mission ist es, die ökosoziale Leistung Ihrer Organisation fühl-, nutz- und sichtbar zu machen. Der geografische Schwerpunkt meiner Tätigkeit liegt in der Region Allgäu-Bodensee-Oberschwaben.“

### Vision

„Ich begleite innovativ-nachhaltige Unternehmen oder solche, die es werden möchten und helfe dabei, die Region Allgäu-Bodensee-Oberschwaben zur Leuchtturmregion der "großen Transformation" zu machen. Wir vermitteln Wissen und Bewusstsein schon an jungen Generationen.“

Produkte/ Dienstleistungen	Anteil am Umsatz
Beratungen/Dienstleistungen im GWÖ-Kontext	ca. 50 %
Lehrtätigkeiten Wirtschaftsethik an der DHBW Ravensburg	ca. 40%
Andere Nachhaltigkeitsprojekte	ca. 10%

## DAS UNTERNEHMEN UND GEMEINWOHL

Die Gemeinwohl-Ökonomie war von Anfang an zentrales Instrument für konkrete Kundinnenprojekte des Büros für Nachhaltigkeit und Wirtschaftsethik. Zwar ist Armin Hipper seit 2015 auch zertifizierter Schulungspartner des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK), jedoch hatte sich der DNK-Standard im Berichtszeitraum noch nicht in Kundenprojekten niedergeschlagen. In vielen Korrespondenzen arbeitet er an einer verstärkten Zusammenarbeit zwischen GWÖ und DNK. Er engagiert sich in der „latent vorhandenen“ GWÖ-Regionalgruppe Bodensee-Oberschwaben, legt dort seinen Fokus allerdings auf Unternehmen, hier ist z.B. die ehrenamtliche Mitorganisation der Bilanzpressekonferenz 2014 zu nennen. Weiter trug er das Thema GWÖ erfolgreich zur IHK Bodensee-Oberschwaben (als Teil einer Veranstaltung zum Thema Nachhaltigkeit) und konnte dem Sparkassenverband Baden-Württemberg die Zusage abringen, beim nächsten Stakeholder-Dialog im Herbst 2016 teilnehmen zu dürfen (konkrete Einladung steht derzeit aber noch aus).

Überblick (das Testat ist auch separat veröffentlicht): 463 Punkte, gültig bis Juni 2018

TESTAT : AUDIT	
GEMEINWOHL- BILANZ	für Armin Hipper - BNW AuditorIn Gitta Walchner
2014-15	



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

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

Testat gültig bis 30.06.2018 BILANZSUMME 463

# GENAUE BESCHREIBUNG DER EINZELNEN KRITERIEN

## A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSMANAGEMENT

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

Das Beschaffungswesen ist vor allem durch IT- und Büro-Ausstattung geprägt. Das Thema Mobilität (Dienstreisen) wird im Bericht v.a. im Bereich D verortet.

Die wesentlichen Ausgabenposten 2015 waren

1. IT- und Büroausstattung: ca. 46%
2. Reisekosten: ca. 34%
3. GWÖ-Abgaben: ca. 15%
4. Sonstiges, v.a. Telekommunikation: ca. 5%

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

Telekommunikationsanbieter ist die Deutsche Telekom. Sie hat am Standort noch ein Quasi-Monopol, [aber auch ein Nachhaltigkeitsmanagement](#).

Die Energieversorgung des Büros läuft über den elterlichen Vermieter, ein Wechsel zu einem Grünstrom-Anbieter wurde kurz thematisiert aber wieder verworfen.

Bei Büro- und IT-Ausstattung achtet das Büro für Nachhaltigkeit und Wirtschaftsethik (BNW) stets auf Energieeffizienz und Recyclingfähigkeit. Nach Möglichkeit werden regionale Händler bevorzugt, aber auch der Preis ist ein Kriterium aus dem Nachhaltigkeitsdreiklang. Im Berichtszeitraum wurde ein neuer Lenovo-Laptop über einen lokal ansässigen IT-Fachbetrieb gekauft, dabei konnte eine alte SSD-Festplatte wieder verwertet und somit Ressourcen geschont werden. Ein Monitor wurde dagegen über Internet-Order bestellt, weil hier der Preisunterschied erheblich war. Bei Druckerpapier kommt nur Recycling-Papier zum Einsatz und das BNW achtet beim Einkauf auf entsprechende Label. Im Berichtszeitraum beteiligte sich das BNW auch an Broschüren, die über Partner klimaneutral gedruckt worden waren.

Grundsätzlich wurden die Beschaffungsketten gedanklich durchgespielt und auf Alternativen überprüft - als Lücke wird noch der konventionelle Energiebezug gesehen.

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

Bei der Auswahl von Kooperationspartnern wird auf deren ökosoziale Positionierung geachtet. Schon allein aufgrund des Geschäftsmodelles der BNW-Partner ist dies gegeben - Hauptkooperationspartner im Berichtszeitraum war [Cornelia Glees zur Bonsen](#). Verbandsmitgliedschaften neben der GWÖ sind derzeit nicht geplant.

## B1 ETHISCHES FINANZMANAGEMENT

### **Institutionalisierung (niedrig)**

Als Gründungsmitglied von [www.bob-im-fluss.de](http://www.bob-im-fluss.de) (zwischenzeitlich aufgelöst) und [www.wirundjetzt.org](http://www.wirundjetzt.org) ) hat sich Armin Hipper intensiv mit dem Geldsystem befasst. In der Praxis des heutigen Geldsystems verfolgt das Büro für Nachhaltigkeit und Wirtschaftsethik ein „best-in-class-Ansatz“ - zu den Besten der Klasse wird hier auch die Triodos Bank gezählt (siehe unten).

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

Seit dem letzten Bericht erfolgte die Einrichtung eines Geschäftskontos bei der Triodos-Bank, über welche seither alle geschäftlichen Umsätze laufen. Die Triodos Bank gehört zu den führenden Nachhaltigkeitsbanken Europas, siehe <https://diefarbedesgeldes.de/thema/nachhaltiges-banking/>

### **Gemeinwohlorientierte Veranlagung (keine Relevanz)**

Es gibt keine betriebliche Veranlagung.

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

Das BNW finanziert die Tätigkeit zu hundert Prozent aus Eigenmitteln. Als Dienstleistungs-EPU in Teilzeit wird dieser Subindikator als wenig relevant gesehen.

## C1 ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GLEICHSTELLUNG

### **Allgemeines**

Ein-Personen-Unternehmen (EPU)

### **Mitarbeiter Orientierte Organisationskultur und -strukturen (Relevanz: niedrig)**

In den vergangenen Jahren „gönnte“ sich der Inhaber der BNW i.d.R. beide jährlichen GWÖ-Berater-Treffen zum Zwecke des Austausches und der Weiterbildung. Im Bereich der Fort- und Weiterbildung profitierte er auch von seinem Teilzeit-Anstellungsverhältnis bei der Fa. elobau GmbH und Co. KG, zu dem die Geschäftstätigkeit des BNW eine hohe inhaltliche Überschneidung aufweist (i.d.R. eine wichtige Nachhaltigkeits- oder CSR-Konferenz pro Jahr).

Meine Büroausstattung entspricht ergonomischen Standards (Stuhl, Beleuchtung, Belüftung), teilweise wurde im Berichtszeitraum die Ausstattung nachgebessert (größerer Monitor).

### **Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung einschließlich Work-Life-Balance**

Feierabende und Sonntage gehören konsequent der Familie und dies wird auch Geschäftspartnern so kommuniziert. Samstagsarbeit lässt sich i.d.R. nicht vermeiden.

Die Flexibilität der Arbeitszeit ist aufgrund des ersten wirtschaftlichen Standbeines sowie aus privaten Gründen (Familie) zurückgegangen, ist aber i.d.R. an zwei bis drei Tagen die Woche im Rahmen von festen Kundenterminen und Fristen noch möglich. Arzttermine kann ich im Rahmen dieser Zeit wahrnehmen.

### **Faire Beschäftigungs- und Entgeldpolitik (Relevanz: niedrig)**

Die ehrenamtliche Arbeit wurde im Berichtszeitraum reduziert, dazu zählt beispielsweise die Auflösung des Vereins BOb-im-Fluss e.V. oder der stärkere Fokus auf Unternehmen beim Engagement in der Regionalgruppe Bodensee-Oberschwaben. Auch die Mischung aus Anstellung und freiberuflicher Tätigkeit ist unter diesem Aspekt zu bewerten.

## C2 GERECHTE VERTEILUNG DER ERWERBSARBEIT

### **Senkung der Normalarbeitszeit (Relevanz hoch)**

Die durchschnittliche freiberufliche Wochenarbeitszeit ist nicht erfasst, es ist aber festzustellen, dass samstägliche Arbeit regelmäßig stattfindet. Es gibt keine Arbeitsverträge (EPU).

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

Armin Hipper arbeitet in Teilzeit als angestellter Nachhaltigkeitsbeauftragter und führt entsprechend in Teilzeit das Büro für Nachhaltigkeit und Wirtschaftsethik. Bei Einteilung der Arbeitstage gibt es „flexible Regeln“, d.h. zwecks besserer Planbarkeit reservierte Wochentage, die aber bei Projektnotwendigkeiten, egal von welcher Seite, auch fallweise verschoben werden können.

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

Aufgrund der familiären Situation von Armin Hipper hat sich eine noch höhere Dringlichkeit zur klaren Klärung gezeigt. Feierabende und der größte Teil des Wochenendes sind in der Regel der Familie vorbehalten. Auch erlaubt eine freiberufliche Tätigkeit Freizeitermine untertags zu integrieren, z.B. einen Spaziergang/Spielen mit dem Kind.

Auf dem Smartphone wurde beim Geschäftsmail-Konto die „Push Funktion“ deaktiviert, sonntags herrscht bis auf Ausnahmefälle „Büroverbot“.

## C3 FORDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITERINNEN

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

	Teilweise vegetarisch/vegan	Mehrheitlich veget./vegan	Überwiegend veget./vegan	Bio-Anteil (in%)
Angebote im Unternehmen (% uale Verteilg)			100 % vegetarisch	ca. 33%
Tatsächliches Verhalten der MA (% uale Verteilung)			100 % vegetarisch	ca. 33%

Die Ernährung erfolgt zu hundert Prozent vegetarisch und i.d.R. aus biologische Lebensmitteln. Bei Kundenbesuchen kommt es in Ausnahmefällen zu vegetarischen Schnellimbissen.

### Mobilität zum Arbeitsplatz (Relevanz: hoch)

Schätzungsweise 98% aller Dienstfahrten finden mit dem PKW statt. Für längere Dienstfahrten (> ca. 100 km) nutzt das BNW die Bahn, wobei ein Pkw schon allein zur Fahrt zum nächsten Bahnhof unerlässlich ist. Kundenfahrten werden mit einem Diesel-Pkw getätigt. Einzige Alternative zum Diesel-Pkw wäre ein E-Pkw. Diese Alternative wurde ernsthaft geprüft (Probefahrt, Wirtschaftlichkeitsrechnung), aber klar verworfen. Eine persönliche Anwesenheit bei Kunden ist unerlässlich, jedoch konnten einzelne Besprechungen auch via Skype-Konferenz abgewickelt werden. (Skype-Konferenzen setzten allerdings ein Voraussetzungen für den Erfolg einer Besprechung voraus und sind nicht immer, v.a. bei neuen Teilnehmern, durchführbar)

### [Organisationskultur] Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse (Relevanz: niedrig)

Ökologische Aspekte spielen bei allen Fort- und Weiterbildungen eine erhebliche Rolle und sind somit fester Bestandteil. Insbesondere aber im Beschaffungswesen wurde noch eine Lücke identifiziert (siehe A). Die Möglichkeiten, Kennzahlen zu erheben, steht nicht im Verhältnis zum Ertrag einer derzeit nebenberuflichen Tätigkeit.

## C4 GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS

EPU

## C5 INNERBETRIEBLICHE DEMOKRATIE UND TRANSPARENZ

EPU

## D1 ETHISCHES VERKAUFEN

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

Die Kundenbeziehungen des Büro für Nachhaltigkeit und Wirtschaftsethik sind durch respektvollen Umgang geprägt, das BNW sieht sich in seinem Selbstverständnis als kritisch-konstruktiver Partner. Zur Akquisestrategie gehören in erster Linie Veranstaltungen und Workshops, in deren Nachgang dann Teilnehmer angesprochen werden, sofern der Veranstalter dies erlaubt. In zweiter Linie versucht das BNW auch durch Fachveröffentlichungen auf sein Angebot aufmerksam zu machen. Auch die Kundinnen tragen das Thema Gemeinwohl-Bilanzierung/Nachhaltigkeit hin und wieder in ihr Geschäftsumfeld. Kalt-Ansprachen sind inzwischen die Ausnahme. Die zwei wirtschaftlichen Standbeine des Büroinhabers verleihen der Beratungstätigkeit des Büros eine gewisse Unabhängigkeit.

In einem Fall erfolgte im Berichtszeitraum die Weitergabe einer konkreten Kundenanfrage im Bereich GRI/DNK an eine Beraterkollegin.

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

Auswahlkriterien: Die Auswahl der Kunden erfolgt im Grunde nach Resonanz auf das Thema Nachhaltigkeit und Unternehmensethik. Das BNW würde nicht mit Rüstungsfirmen oder sonstige im Hauptgeschäftsfeld ethisch bedenklich aktive Firmen arbeiten. Bei der Kundinnenauswahl spielen Regionalität und Unternehmensgröße eine große Rolle (das BNW arbeitet gern und bewusst mit mittelständischen Unternehmen zusammen). Die Produkte des BNW sind sehr transparent, da es im Kern meistens um eine Gemeinwohl-Bilanz oder einen Nachhaltigkeitsstandard geht. Die Preiskalkulation richtet sich wie bei Beraterinnen üblich nach Stunden- oder Tagessätzen. Im Zeitraum 2014/15 lagen die Stundensätze des BNW zw. minimal 35 € und maximal 100 €.

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

Die „Produktentwicklungen“ sind immer an den Kundenwünschen orientiert. Das BNW macht Vorschläge, z.B. die Nachhaltigkeitskommunikation mittels einer Broschüre zu gestalten und gemeinsam mit dem Kunden erfolgt die Konzeption. Dies geht teilweise so weit, dass die Kundin neue Projektpartner hinzufügt. Die Rolle des BNW ist oftmals die des Impuls- und Konzeptgebers, die Richtung und das Feintuning gibt der Kunde vor.

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

Das BNW steht seinen Kunden für jegliche Fragen individuell zur Verfügung (per Email und Telefon). Die maximale Antwortzeit beträgt i.d.R. 1 Tag.

## D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

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

Das Büro arbeite nicht mit geschütztem Wissen. Auch arbeitete Armin Hipper bereits 2015 mit einem GWÖ-Kollegen an einem vergleichenden Artikel zu Nachhaltigkeitsstandards, der im Mai 2016 veröffentlicht wurde. Im Rahmen seiner Dozententätigkeit an der DHBW Ravensburg lehrt er Fachwissen zu 35 € / h. Hier herrscht also nicht nur monetäre Motivation vor, sondern es geht auch darum Studierende Wirtschaftswissenschaften mit alternativen Konzepten in Berührung zu bringen.

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

Ein an das BNW herangetragenener Auftrag aus dem Raum Krefeld wurde komplett an eine Kooperationspartnerin weitergegeben (ohne „Tippgeberprovision“ oder ähnliches). Workshops wurden ebenso in Kooperation durchgeführt, wie auch Anfragen potentieller neuer Geschäftspartner für die Zukunft getätigt wurden.

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

Das BNW kann auf massenmediale Werbung verzichten, sondern setzte beim Marketing auf gemeinsame Veranstaltungen, seine Webseite und zunehmend den Ruf am Markt. Als GWÖ-Berater hat sich Armin Hipper dem einschlägigen Code of Conduct verpflichtet.



## D3 ÖKOLOG. GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

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

Die Steigerung der ökologischen Performance ist unter anderem Zweck des Beratungsansatzes (vgl. Mission/Vision). Dies gilt insbesondere im Vergleich zu klassischen, rein kaufmännisch orientierten Beratungsansätzen. Zum Ansatz des BNW gehört es auch, die Produkte/Dienstleistungen der Kundinnen nach ökosozialen Gesichtspunkten auszubauen.

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

Die Beratung des BNW setzt sich kritisch mit Wachstum auseinander (vgl. Definition von Wachstum Magret Kennedy). Durch zunehmende Verstetigung der Arbeit wird das BNW dadurch teilweise bei Kunden auch weniger gebraucht (Befähigung der Kundinnen). Gleichzeitig muss konstatiert werden, dass die Kunden allesamt wachstumsorientiert sind. Das BNW selbst möchte im Geschäftsfeld organisch wachsen und verfolgt hier einen kooperations-/netzwerkorientierten Ansatz (siehe auch Ausblick).

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

Die aktive Kommunikation ökologischer (und sozialer) Unternehmens- und Produktleistungen ist die zentrale Nutzenargumentation der Beratungsdienstleistungen. Bezogen auf das Produkt ist die Entstehung der Dienstleistung zwar nicht besonders ökologisch, aber der ökologische Sinn der Dienstleistung wird klar benannt.

## D4 SOZIALE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

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

Bislang scheiterte keine gewünschte Zusammenarbeit am Preis. Die Informationsveranstaltungen des BNW sind teilweise kostenfrei (zuletzt über IHK Bodensee-Oberschwaben). Die zuletzt genutzten Örtlichkeiten waren auch physisch barrierefrei i.S. von rollstuhlgeeignet.

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

EPU, siehe Auditbericht

## D5 ERHÖHUNG DES SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS

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

Hier sei nochmals auf den GWÖ-Beraterinnen Code of Conduct verwiesen. Ansonsten kooperiert das DNW bezgl. des Marktauftritts mit Mitbewerbern, aber nicht mit Blick auf Branchenstandards. Beim Sparkassenverband BW konnte eine mündliche Einladung der GWÖ zu einem Stakeholdertreffen erreicht werden (die schriftliche Bestätigung steht derzeit noch aus).

### **Aktive Beitrag zur Erhöhung legislativer Standards (Relevanz: niedrig)**

Armin Hipper setzt sich für verbindlichere Nachhaltigkeitsstandards mit Rechtsfolgen ein, siehe Artikel in UmweltDialog 5/2016. Der Artikel wurde gemeinsam mit Gerd Hofielen mehrfach überarbeitet und bereits 2015 bei verschiedenen Fachzeitschriften eingereicht. Als EPU wird dieser Subindikator von niedriger Relevanz eingeschätzt.

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

Durch die öffentlichen Informationsveranstaltungen sowie die Dozententätigkeit in den Studiengängen Finanzdienstleistungen und Wirtschaftsinformatik erreicht das BNW auch Unternehmen und Menschen, die beim Thema Nachhaltigkeit noch sehr unbedarft sind. Das BNW erledigt hier Basisarbeit. Durch Veröffentlichungen versucht das Büro die Reichweite zu erhöhen. Als EPU wird dieser Subindikator von niedriger Relevanz eingeschätzt.

## E1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE / DIENSTLEISTUNGEN

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

Die wesentlichen Produkte im Berichtszeitraum waren Beratung zur Erstellung von Gemeinwohl-Bilanzen, diesbzgl. Kommunikationsberatung, z.B. die Erstellung einer Unternehmens- und Gemeinwohl-Broschüre (als Kurzfassung des Gemeinwohlberichtes), sowie Vorlesungen zum Thema Wirtschaftsethik an der DHBW Baden-Württemberg inklusive der Co-Betreuung einer dortigen Projektarbeit zum Thema Nachhaltigkeitsberichterstattung an Hochschulen. Der Sinn und die gesellschaftliche Wirkung der Dienstleistungen wird vom Autor als sehr erfahren eingeschätzt.

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

Im Bereich Nachhaltigkeitsberichterstattung halte ich die GWÖ-Bilanz aufgrund der Eigen- und Fremdbewertung, des Themenumfanges sowie aufgrund der Transparenz und Vergleichbarkeit für *die* derzeitige Benchmark (best-in-class). Bezogen auf meiner Beratungsdienstleistungen gibt es natürlich viele Mitbewerberinnen. Mein Ansatz zeichnet sich neben der speziellen inhaltlichen Ausrichtung im Hinblick auf das Gemeinwohl durch den regionalen Fokus aus. Der regionale Marktansatz ist bei Beratungshäusern selten zu finden, ebenso der enge Fokus auf Nachhaltigkeit und Wirtschaftsethik.

## E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

### **Leistungen (Relevanz: hoch)**

Kennzahl: Mein ehrenamtliches Engagement kann ich nur schätzen, ca. 1,5 h / Woche im Berichtszeitraum 2014/15 (Tendenz fallend).

Im Berichtszeitraum lag der Fokus meines ehrenamtlichen Engagements hauptsächlich an der Unterstützungsarbeit zur Anerkennung der GWÖ als CSR-Berichtsstandard mittels eines umfangreich redaktionierten Artikels und damit einhergehende Korrespondenzen mit dem Co-Autor sowie Gutachtern unterschiedlicher Zeitschriften (oftmals wissenschaftlich).

Weiter investierte ich 2014/15 einige Energie (Erstellung einer Sparkassen-Kundenpetition) und Zeit um die GWÖ bei Sparkassenverband Baden-Württemberg bekannt zu machen. Mein Engagement für einen Verein zur Förderung von Komplementärgeld musste ich aus Zeitgründen einstellen (Verein wurde aufgelöst),

ebenso mein Engagement als Jugendtrainer im Sportbereich. Auch habe ich mich bei der Regionalgruppe Bodensee-Oberschwaben hauptsächlich auf die Betreuung von Unternehmen verlegt. Aus wirtschaftlichen und familiären Gründen habe ich mein ehrenamtliches Engagement im Vergleich zum letzten Bericht zeitlich reduziert und näher an meine Geschäftstätigkeit gerückt. Die ist auch für nähere Zukunft so beabsichtigt. Auf den bearbeiteten Feldern ist eine nachhaltige Wirkung zu konstatieren.

### **Intensität (Relevanz: niedrig)**

Der Fokus meines ehrenamtlichen Engagements ist die GWÖ. Wie die genannten Beispiele belegen, gibt es hier einen strategischen Ansatz, welcher im Vergleich zum ersten Bericht nochmals gestrafft wurde.

### **Wirkung (Relevanz hoch)**

Nach monatelanger Vorarbeit wird unser Artikel zur Nachhaltigkeitsberichterstattung unter Berücksichtigung der GWÖ veröffentlicht.

Der Sparkassenverband Baden-Württemberg plant die GWÖ auf einer Stakeholder-Konferenz im Herbst 2016 ein.

## E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

### **Absolute Auswirkungen (Relevanz mittel)**

Kennzahlen: Auflistung aller Emissionen/ möglichen negativen ökologischen Auswirkungen (gerne auch differenzierter)

Emissions- und Abfallquellen gemäß ihrer geschätzten Wesentlichkeit.

1. Mobilität (Diesel-Pkw): 2015: 1.993 km (2014: 1.050 km)
2. Energie (Graustrom für Bürobetrieb): ca. 100 kWh Graustrom, sowie 40 l Heizöl<sup>1</sup>
3. Papierabfälle: unbekannt
4. Wasser: ca. 5 m<sup>3</sup>
5. Restmüll: unbekannt

Im Gegensatz zu Restmüll und Wasserkonsum wird der Papierabfall als wesentlich erachtet, hier ist noch Verbesserungspotential bei der Kennzahlen-Ermittlung. Ansonsten ist die Ressourcennutzung durch das Büro für Nachhaltigkeit und Wirtschaftsethik bekannt.

### **Relative Auswirkungen (Relevanz: mittel)**

Reisetätigkeit ist der relevanteste Faktor meiner eigenen ökologischen Auswirkungen. Ich bin vorrangig regional tätig und halte diese gering. Im Vergleich zum letzten Bericht kamen skype-Konferenzen öfters zum Einsatz. Der Inhalt meiner Dienstleistung zielt

---

<sup>1</sup> Die Kennzahlen werden kalkulatorisch über den Büroanteil am Gesamtgebäude mit 250 m<sup>2</sup> ermittelt: 2.000l Heizöl, 5.000kWh Strom und 260 m<sup>3</sup>. Das Büro hat knapp 10 m<sup>2</sup> Fläche und ist maximal 50% der Wochenzeit betrieblich genutzt.

zudem auf die Verbesserung der Ökobilanz von Unternehmen, ich leiste also auch durch den Inhalt meiner Arbeit einen Beitrag zur Reduzierung der negativen ökologischen Auswirkungen der Wirtschaft.

### **Management und Strategie (Relevanz: niedrig)**

Dieser Indikator wird bei einem EPU als niedrig eingeschätzt. Die Kennzahlen werden privat jährlich, betrieblich im Rahmen der GWÖ-Bilanzerstellung erhoben. Im privaten Bereich gab es Sanierungsmaßnahmen (besser gedämmte Haustüre), von der auch der Bürobetrieb profitierte. Die Gesamtstrategie liegt somit vornehmlich im privaten Bereich.

## **E4 GEMEINWOHLORIENTIERTE GEWINNVERTEILUNG**

### **EPU**

## **E5 GESELLSCHAFTL. TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG**

### **Transparenz**

Maßstab ist der letzte bzw. nun aktualisiert vorliegende GWÖ-Bericht.

### **Mitbestimmung**

Wesentliche Stakeholder des Büros sind:

1. Kunden aus dem Industrie und Handelsberiech
2. Kunden aus dem Hochschulbereich
3. elobau GmbH & Co. KG als Arbeitgeber
4. Naturblau+++ als Projektpartner bei Kunden
5. IHK Bodensee-Oberschwaben als Kooperationspartner
6. Cornelia Glees zur Bosen als Kooperationspartner
7. Regionalgruppe Bodensee-Oberschwaben
8. Energiefeld Vorarlberg

Wesentliche Entscheidungen fielen stets konsensorientiert.

Bsp. Vorschlag zur Projektkonzeption und –zum Ablauf beim Kunden BODAN unter Einbezug des Projektpartners naturblau.

## AUSBLICK

### KURZFRISTIGE ZIELE

Folgenden Ziele aus dem 2013er Bericht konnten erfüllt werden:

- ✓ Akkreditierung als zertifizierter Gemeinwohl-Ökonomie Berater
- ✓ Durchführung erste GWÖ-Presskonferenz 2014 der Regionalgruppe Bodensee-Oberschwaben zusammen mit Energiefeld Vorarlberg
- ✓ Wachstum des Auftragsvolumens und Teilzeitanstellung

Für 2016/17 sind folgende Ziele definiert

- Weiteres Wachstum des Auftragsvolumens bei gleichzeitigem Ausbau eines vertrauensvollen und effizienten Netzwerkes (Kooperation)
- Weitere Kundendiversifizierung und inhaltliche Reifung der Beratungs- und Dienstleistungsarbeit
- Stabile Balance zwischen freiberuflicher Tätigkeit, Anstellung und Familie/Freizeit
- Impuls/Mitorganisation eines für Unternehmen attraktiven Events „Bilanzpresskonferenz mit integriertem Unternehmerworkshop“ (o.ä.)

### LANGFRISTIGE ZIELE

- Entwicklung zu einer der führenden/innovativsten Nachhaltigkeitsberatungen in der Region und darüber hinaus
- Weiterentwicklung des Produktportfolio zum Transformationsdienstleister

## BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ

Der Gemeinwohl-Bericht wurde im April/Mai 2016 von Armin Hipper erstellt.

Neukirch, im April/Mai 2016

---