



# Gemeinwohl-Bericht

Das Aufräumfest | Das Erzählfest

Manuela Höfner

Kompaktbilanz nach Gemeinwohl-Matrix 5.0.1

Berichtszeitraum: 01.01.2021 bis 31.12.2022

Erstellungsdatum: 25.03.2024



# Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Informationen zum Unternehmen .....	6
Kurzpräsentation des Unternehmens .....	7
Produkte / Dienstleistungen .....	7
Das Unternehmen und Gemeinwohl.....	8
Testat.....	9
A Lieferant*innen .....	10
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette.....	14
A1.1 Menschenwürde in der Zulieferkette.....	14
A1.2 Negativ-Aspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette .....	19
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette.....	21
A2.1 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette.....	21
A2.2 Negativ-Aspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen .....	22
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette .....	23
A3.1 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette .....	23
A3.2 Negativ-Aspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette .....	25
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette .....	26
A4.1 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette .....	26
B Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen .....	28
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln .....	28
B1.1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln .....	28
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln.....	30
B2.1 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln.....	30
B2.2 Negativ-Aspekt: Unfaire Verteilung von Geldmitteln .....	33



B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung.....	34
B3.1 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung.....	34
B3.2 Negativ-Aspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen .....	36
B4 Eigentum und Mitentscheidung.....	36
B4.1 Eigentum und Mitentscheidung.....	36
B4.2 Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahme.....	38
C Mitarbeitende.....	39
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz .....	39
C1.1 Menschenwürde am Arbeitsplatz .....	39
C1.2 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen .....	45
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge .....	46
C2.1 Ausgestaltung der Arbeitsverträge .....	46
C2.2 Negativ-Aspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge	50
C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden .....	50
C3.1 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden .....	50
C3.2 Negativ-Aspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens.....	53
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz .....	54
C4.1 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz .....	54
C4.2 Negativ-Aspekt: Verhinderung des Betriebsrates .....	55
D Kund*innen und Mitunternehmen .....	55
D1 Ethische Kund*innenbeziehungen.....	56
D1.1 Ethische Kund*innenbeziehung.....	56
D1.2 Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen.....	62
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen .....	62
D2.1 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen .....	62



D2.2 Negativ-Aspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmern .....	69
D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen.....	70
D3.1 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen .....	70
D3.2 Negativ-Aspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen .....	73
D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz .....	73
D4.1 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz.....	73
D4.2 Negativ-Aspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen .....	76
E Gesellschaftliches Umfeld .....	77
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen .....	77
E1.1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen .....	77
E1.2 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen .....	83
E2 Beitrag zum Gemeinwesen .....	84
E2.1 Beitrag zum Gemeinwesen .....	84
E2.2 Negativ-Aspekt: Illegitime Steuervermeidung.....	90
E2.3 Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention .....	90
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen .....	91
E3.1 Reduktion ökologischer Auswirkungen .....	91
E3.2 Negativ-Aspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen.....	96
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung.....	96
E4.1 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung.....	96



E4.2 Negativ-Aspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation .....	98
Ausblick .....	100
Kurzfristige Ziele .....	100
Langfristige Ziele .....	100
EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (EU COM 2013/207) .....	100
Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz ....	100
Anhang .....	101
1. Anmerkungen zu Angaben im GWB-Rechner .....	101
2. Liste der Anlagen und Referenzen .....	102



## Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname:	Das Aufräumfest
Rechtsform:	Einzelunternehmerin
Eigentum- und Rechtsforms:	Gewerbe & Selbstständigkeit
Website:	<a href="http://www.das-aufraeumfest.com">www.das-aufraeumfest.com</a> <a href="http://www.das-erzaehlfest.com">www.das-erzaehlfest.com</a>
Branche:	Dienstleistung / Kunst
Firmensitz:	Berlin, Deutschland
Gesamtanzahl der Mitarbeitenden:	1 Person
Vollzeitäquivalente:	0 FTE
Saison- und Zeitarbeitende:	0 Personen
Umsatz:	15.048 €
Jahresüberschuss:	4.999 €

(Diese Werte beziehen sich auf das letzte vollständige (Geschäfts-) Jahr 2022.)

Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen: keine

Berichtszeitraum: 01.01.2021 bis 31.12.2022



## Kurzpräsentation des Unternehmens

Als Aufräumcoach und Beraterin für Büroorganisation unterstütze ich Menschen darin, ihre eigene Struktur und Arbeitsweise zu finden und in ihrem Arbeitsleben anzuwenden. Das hilft meinen Kunden mit ihren eigenen Ressourcen und den anderer achtsamer und schonender umzugehen. Meine Arbeit ist darauf ausgerichtet, dass am Ende meine Kunden so viel gelernt haben, dass sie alleine zu Recht kommen - Hilfe zur Selbsthilfe. Ein Schwerpunkt meiner Arbeit liegt darin, gemeinsam mit den Kunden ihr Backoffice so zu strukturieren und Lösungen zu finden, dass mehr Zeit für das Hauptgeschäft bleibt und eine Entlastung eintritt.

Als freie Erzählerin erzähle ich Geschichten, die unterhalten, nachdenklich stimmen, zum Lachen bringen, altes Wissen in kreativer Form vermitteln und im besten Fall zu einem engeren Bezug zur Umwelt anregen. Oft erzähle ich die Geschichten im Wald, das fördert die Gesundheit und eröffnet einen neuen Blick auf den Wald und seine Bewohner.

Mitglied im Verband des VGSD.

## Produkte / Dienstleistungen

Produkt / Dienstleistung	Anteil am Umsatz (in %)
Aufräumcoach, Beraterin für Büroorganisation	100
Erzählerin seit 2023, im Jahr 2022 gab es noch keinen Umsatz, nur die Vorarbeiten	0



## Das Unternehmen und Gemeinwohl

### Welchen Bezug hat Ihr Unternehmen zur Gemeinwohl-Ökonomie?

Seit Jahren treffe ich ab und an Menschen, die sich für das Gemeinwohl engagieren, diese Begegnungen haben mich inspiriert selber GWÖ-Mitglied zu werden.

Seit ca. 2010 bin ich Mitglied der Ökumenische Initiative eine Welt - ÖEIW. Hier engagieren sich Menschen für eine nachhaltige Welt mittels Bildungsarbeit und eigenem Vorleben.

Die ÖEIW ist die Dachorganisation für die Erdcharta in Deutschland. Die Erdcharta ist das Leitbild der ÖEIW und auch von mir. Seit 2011 bin Erdcharta Botschafterin.

Ich bin froh, dass sich an meinem Wohnort eine Peergroup zum Bilanzieren gefunden hat. So lerne ich andere Unternehmen kennen, die sich für das Gemeinwohl engagieren.

Ab und an übernehme ich eine Sitzwache im Hospiz.

Bei jedem Waldspaziergang sammle ich Müll ein und entsorge ihn.

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

seit 2023 GWÖ-Mitglied

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

Manuela Höfner, kontakt@das-erzaehlfest.com



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



**Zertifikat:** **Peerevaluation** **Gemeinwohl-Bilanz** **Manuela Höfner – Das Aufräumfest**

**M5.0 Kompaktbilanz** **01.01.2021 – 31.12.2022** **PG-Berlin-2024-02 (Andrea & Urte)**

**zert. Begleiter\*in** **Andrea Spormann** **Beteiligte Peergruppen Firmen**  
**Urte Töpfer**

- COMES e.V., Berlin
- Mercè Ardiaca · simultans®, Berlin

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
<b>Beberungsgruppe</b>				
<b>A: LIEFERANT*INNEN</b>	<b>A1</b> Menschenwürde in der Lieferkette: 10 %	<b>A2</b> Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 10 %	<b>A3</b> Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 10 %	<b>A4</b> Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 10 %
<b>B: EIGENTÜMER*INNEN &amp; FINANZ-PARTNER*INNEN</b>	<b>B1</b> Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 10 %	<b>B2</b> Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 50 %	<b>B3</b> Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 10 %	<b>B4</b> Eigentum und Mitentscheidung: . / .
<b>C: MITARBEITENDE</b>	<b>C1</b> Menschenwürde am Arbeitsplatz: 60 %	<b>C2</b> Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 70 %	<b>C3</b> Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 90 %	<b>C4</b> Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: . / .
<b>D: KUND*INNEN &amp; MITUNTERNEHMEN</b>	<b>D1</b> Ethische Kund*innenbeziehungen: 60 %	<b>D2</b> Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern: 50 %	<b>D3</b> Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 80 %	<b>D4</b> Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 60 %
<b>E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD</b>	<b>E1</b> Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 30 %	<b>E2</b> Beitrag zum Gemeinwesen: 30 %	<b>E3</b> Reduktion ökologischer Auswirkungen: 20 %	<b>E4</b> Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 10 %
			Zertifikat gültig bis <b>28.02.2026</b>	<b>BILANZSUMME: 331</b>

Mit diesem Zertifikat wird die Peerevaluation des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Zertifikat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. ZertifikatID: 9bgbz  
 Nähere Informationen zur Matrix und dem Peersystem finden Sie auf [www.ecogood.org](http://www.ecogood.org)

Hamburg, 14.03.2024

*Bridget Knapper* *Markus Müllenschläder*

**Bridget Knapper and Markus Müllenschläder / Executive Directors**  
 International Federation for the Economy for the Common Good e.V, VR 24207





## A Lieferant\*innen

Produktgruppe	Lieferant	Einkaufsvolumen 2021	Einkaufsvolumen 2022	soziale Risiken / Labels	Ökologische Risiken / Labels
Telekommunikation	Vodafone	445 €	309 €	Konzern, keine Angaben zu sozialen Standards und Arbeitsnormen	Konzern, keine Angaben zu ökologischen Risiken und Labels
Reisen	Deutsche Bahn	638 €	218 €	Konzern, keine Angaben zu sozialen Standards und Arbeitsnormen	DB fährt zu 100% mit Ökostrom
Reisen	BVG	471 €	340 €	Anstalt des öffentlichen Rechts, keine Angaben zu sozialen Standards und Arbeitsnormen	Laut Webseite will die BVG bis 2023 klimaneutral werden
Fortbildung	Kühne, Tilla	315 €	187 €	Coach, Laut meiner Einschätzung entspricht die Arbeitsweise sozialen Standards und Arbeitsnormen.	Laut meiner Einschätzung gibt es keine ökologischen Risiken.
	t.time e.V.	360 €	0 €	Theaterarbeit, Laut meiner Einschätzung entspricht die Arbeitsweise sozialen Standards und Arbeitsnormen.	Laut meiner Einschätzung gibt es keine ökologischen Risiken.



	Mirkaledo Institut	570 €	600 €	Improvisation, Laut meiner Einschätzung entspricht die Arbeitsweise sozialen Standards und Arbeitsnormen.	Laut meiner Einschätzung gibt es keine ökologischen Risiken.
	Blanke, Catriona	0 €	610 €	Erzählerin, laut meiner Einschätzung entspricht die Arbeitsweise sozialen Standards und Arbeitsnormen.	Laut meiner Einschätzung gibt es keine ökologischen Risiken.
	FHCH	0 €	185 €	Fachhochschule, es liegen keine Angaben zu sozialen Standards und Arbeitsnormen vor.	Laut meiner Einschätzung gibt es keine ökologischen Risiken.
	Vivian Dittmer	0 €	235 €	Coach, Autorin, Laut meiner Einschätzung entspricht die Arbeitsweise sozialen Standards und Arbeitsnormen.	Laut meiner Einschätzung gibt es keine ökologischen Risiken.
Ver-sicherun-gen	R+V Betriebs-haftpflicht	338 €	354 €	Genossenschaft mit einer Stiftung, keine Angaben zu sozialen Standards und Arbeitsnormen	Keine Angaben zu ökologischen Risiken



	Jura Direkt	44 €	44 €	GmbH, laut Webseite engagiert im Umweltschutz, keine Angaben zu sozialen Standards und Arbeitsnormen	Keine Angaben zu ökologischen Risiken
	VBG	68 €	70 €	Gesetzliche UV, laut Webseite engagiert im Umweltschutz, keine Angaben zu sozialen Standards und Arbeitsnormen	Keine Angaben zu ökologischen Risiken
Beiträge	GründerInnenzentrale	200 €	150 €	Kooperationspartner von 2019-2022 Laut meiner Einschätzung entspricht die Arbeitsweise sozialen Standards und Arbeitsnormen.	Keine Angaben zu ökologischen Risiken
	VGSD	96 €	96 €	Verband für Soloselbstständige Laut meiner Einschätzung entspricht die Arbeitsweise sozialen Standards und Arbeitsnormen.	Keine Angaben zu ökologischen Risiken
Werbung	Sindermann, Robert	435 €	679 €	Webseiten Wartung und Pflege, langjähriger Dienstleister Laut meiner Einschätzung entspricht die	Keine Angaben zu ökologischen Risiken



				Arbeitsweise sozialen Standards und Arbeitsnormen.	
	nebenan. de	121 €	180 €	Plattform für Nachbarschaft, keine Angaben zu sozialen Standards und Arbeitsnormen	Keine Angaben zu ökologischen Risiken
	Saxoprint	33 €	71 €	Druckerei für Werbeartikel, FSC- Siegel, Klimafreundliches Drucken, keine Angaben zu sozialen Standards und Arbeitsnormen	Keine Angaben zu ökologischen Risiken
	Borchardt, Julia	75 €	1150 €	Web Designerin Laut meiner Einschätzung entspricht die Arbeitsweise sozialen Standards und Arbeitsnormen.	Laut meiner Einschätzung gibt es keine ökologischen Risiken.
	Fischer, Elke	201 €	46 €	Vorsorgeberaterin Laut meiner Einschätzung entspricht die Arbeitsweise sozialen Standards und Arbeitsnormen.	Keine Angaben zu ökologischen Risiken
Büromaterial	M&c Geiz	36 €	51 €	GmbH, Discounterkette keine Angaben zu sozialen Standards und Arbeitsnormen	Keine Angaben zu ökologischen Risiken
Fachliteratur	diverse Antiquariate	177 €	212 €	keine Angaben zu sozialen Standards und Arbeitsnormen	Keine Angaben zu ökologischen Risiken



Buchhaltung	Lexoffice	286 €	279 €	Teil der Haufe Gruppe, ein Familienunternehmen keine Angaben zu sozialen Standards und Arbeitsnormen	Keine Angaben zu ökologischen Risiken
IT - Wartung	Schlegel, Hilmar	100 €	215 €	Techniker, Laut meiner Einschätzung entspricht die Arbeitsweise sozialen Standards und Arbeitsnormen.	Keine Angaben zu ökologischen Risiken
Technik Zubehör	Amazon	239 €	61 €	Konzern mit schlechtem Ruf hinsichtlich sozialen Standards und Arbeitsnormen, laut Webseite, Top Employer Dt	Keine Angaben zu ökologischen Risiken

## A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

### A1.1 Menschenwürde in der Zulieferkette

#### 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?

#### Berichtsantwort

Welche Produkte/ Dienstleistungen werden zugekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferant\*innen ausgewählt?



Für meine Arbeit als **Aufräumcoach** benötige ich:

- **Fortbildungen** - Supervisionen mit Kollegen, KBW e.V. (KBW ist bundesweit als gemeinnützige Einrichtung der berufsorientierten Fort- und Weiterbildung anerkannt.)
- **IT-Technik und Wartung** - Menschen meines Vertrauens, die gute Arbeit für einen guten Preis anbieten. Hier gibt es Schnittmengen bei den Werten, wie Secondhand Technik, Reparatur
- **Arbeitsrechner** - Lenovo ThinkPad ca. 2018 gebraucht von einem IT-Laden gekauft. Bildschirme, Drucker, Scanner sind von meinem Arbeitgeber gestellt.
- **NAS-System** - Synology – ist eine eigene unabhängige Datenspeicherlösung in meinem Arbeitszimmer. Synology ist eine amerikanische Firma mit einer Niederlassung in Deutschland.
- **Domains** - Allinkl - Laut Webseite stehen die Server in Dresden und diese werden mit 100% Ökostrom betrieben.
- **Buchhaltungssoftware** - Lexoffice - GoBD testiert, DSGVO konform, vom TÜV getestet, gehört zum Haus Lexware und zur Haufe Gruppe. Die Haufe Gruppe kenne ich als zuverlässigen Fachwissenlieferant in Steuerfragen.
- **Wartung der Webseite** - Mensch meines Vertrauens, der gute Arbeit für einen guten Preis anbietet.
- **Gestaltung der Webseite** - dto., zusätzlich gibt es Schnittmengen bei den Werten gibt, wie Engagement für die Natur, ökologisches Bewußtsein
- **Büromaterial**, das ich für mich benutze und an Kunden weitergebe, kaufe ich meistens bei Mäc Geiz ein. Mäc Geiz läßt vermutlich seine Produkte in Osteuropa herstellen. Das Papier ist ökologisch. Alle anderen Produkte eher nicht.
- **Porto** - Deutsche Post AG ist ein Konzern. Laut Webseite sind Respekt und Resultate die Ziele des Konzerns.
- **Reinigungsmittel** kaufe ich bei DM ein. DM ist eine Drogeriekette mit ökologischen Produkten.



- **Telefon, Internet** – Hier bin ich bei Vodafone. Aus der Webseite von Vodafone steht, dass der Konzern sich um Nachhaltigkeit bemüht.
- **Öffentliche Verkehrsmittel** - Deutsche Bahn und BVG, hier gibt es keine Alternativen für mich.
- **Taschen, Rucksack** - kaufe ich unter dem Gesichtspunkt Langlebigkeit, gutes Material und wenn es geht, schaue ich nach fairen Arbeitsbedingungen und kaufe es trotzdem, auch wenn es aus Drittländern kommt. Hier fehlen mir Alternativen, werde mich umschauen.
- **Kleinmaterial** - Elektroartikel, Arbeitsmaterialien, etc. Diese kaufe ich oft über Amazon oder in Läden. Faire Arbeitsbedingungen gibt es bei Amazon nicht.
- **Betriebshaftpflichtversicherung** - R+V ist eine genossenschaftliche Finanzgruppe, die DZ Bank ist der größte Eigentümer der Versicherung.

Für meine Arbeit als **Erzählerin** benötige ich zusätzlich:

- **Fortbildungen** - Coaching bei Kollegen, FHCH in Potsdam (Die FHCHP ist eine private, staatlich anerkannte, durch den Wissenschaftsrat akkreditierte Hochschule. Die Studiengänge bieten eine Vorbereitung für den Einstieg in Soziale Berufe.)
- **Fachliteratur** - beziehe ich meistens aus dem Antiquariat oder der Bibliothek. Die Verkäufer sind oft Privatpersonen.
- **Kamishibai** - Erzähltheater als Bausatz in Deutschland gekauft
- **Musikinstrumente** - an diversen Orten erstanden
- **Stoffe für Bühnengestaltung** - geschenkt bekommen

### Nach welchen Kriterien werden Lieferant\*innen ausgewählt?

Das erste Kriterium ist für mich die Qualität des Angebotes und der dazu gehörende Preis.

Zweites Kriterium ist der Ort der Produktion und wo die Materialien herkommen, die verwendet werden.



Drittes Kriterium sind die Arbeitsbedingungen unter denen das Produkt produziert wurde.

Durch die Bilanzierung wird mir bewusst, dass ich nach den Arbeitsbedingungen bisher nicht direkt gefragt habe, werde ich ändern.

### Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette überprüft bzw. evaluiert?

Soziale Risiken kann ich bei den direkten Lieferanten ausschliessen, allerdings nicht bei den Zukäufen in den Geschäften, bei den Konzernen.

### Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

Druckerpapier: PEFC, ECF, ISO

### Verifizierungsindikatoren

Anteil der zugekauften Produkte/ Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen

**2022:**

Branche	Ausgaben (in €)
J - Information und Kommunikation	1.378
K - Kredit- und Finanzwesen	751
H - Verkehr und Lagerhaltung	903
M - Freiberufliche, wissenschaftliche und technische Dienstleistungen	495
P - Bildung	2.630
Übrige Lieferanten	956

**2021:**

Branche	Ausgaben (in €)
H - Verkehr und Lagerhaltung	1.818
J - Information und Kommunikation	1.327
K - Kredit- und Finanzwesen	714
M - Freiberufliche, wissenschaftliche und technische Dienstleistungen	491
P - Bildung	1.771
Übrige Lieferanten	1.599

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

**2022:** 81 %

**2021:** 80 %

Von diesen Produkten weiß ich sicher, dass diese unter fairen Arbeitsbedingungen entstanden sind: Fortbildungen, Webseiten Wartung und -gestaltung.

2021 - 2.688€

2022 - 3.566€

Von diesen Produkten vermute ich, dass diese unter fairen Arbeitsbedingungen entstanden sind, da in Deutschland ansässige Firmen: Vodafone, Deutsche Bahn, BVG, R+V. Verbandsbeiträge, Lexoffice

2021 - 3.533€

2022 - 2.243€



Summe 2021 - 6.221€ - Gesamtausgaben Lieferanten 7.720€ = 80,58%

Summe 2022 - 5.809€ - Gesamtausgaben Lieferanten 7.113€ = 81,66%

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Ich bin mir meines Verbrauches bewußt und versuche nur unumgängliche Fahrten zu unternehmen, weniger Papier und Toner zu verbrauchen, sowie die online Einkäufe zu reduzieren.

**Lieferkette**

Durch die Bilanzierung angeregt, werde ich in Zukunft versuchen, mehr auf die Lieferketten zu achten.

**Auswahlkriterien**

Durch die Bilanzierung ändern sich zukünftig meine Auswahlkriterien für Lieferanten\*innen, wie folgt:

- kleine und mittlere Unternehmen
- gebraucht vor neu
- Menschenwürde, wenn möglich herausfinden
- Ökologische Aspekte
- Preis

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

**Berichtsfrage**

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Menschenwürde in der Zulieferkette bei dem wesentlichen Lieferanten\*innen nicht verletzt wird?

Nein



## Vertiefte Berichtsfragen

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

## Berichtsantwort

Der Zukauf von Produkten und Dienstleistungen erfolgt zu ca. 80% in Deutschland. Für diesen Teil kann ich bestätigen, dass die Menschenwürde in der 1. Zulieferkette bei dem wesentlichen Lieferanten\*innen nicht verletzt wird. Für die gesamte Lieferkette z. B. bei Elektronik-Geräten und Serverleistungen kann ich keine Aussage treffen.

## Verifizierungsindikatoren

Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch riskant sind

**2022:** 10 %

**2021:** 16 %

betrifft Einkäufe bei Amazon, Mäc Geiz, Technik, Bürobedarf, Telefon

Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch unbedenklich sind

**2022:** 90 %

**2021:** 84 %

betrifft die eingekauften Dienstleistungen, wie Wartung der Technik, Fortbildungen, Deutsche Bahn, BVG, Software

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Umstellung der Einkäufe, Büromaterial werde ich zukünftig bei Böttcher AG einkaufen.



## A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

### A2.1 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

#### **Berichtsfragen**

- Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?
- Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

#### **Berichtsantwort**

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

Mit meinen Hauptdienstleistern habe ich ein vertrauensvolles Verhältnis. Preisverhandlungen geschehen auf Augenhöhe ohne Druck aufzubauen. Bei Mängeln oder Unstimmigkeiten kläre ich diese umgehend, fair und im Sinne einer weiteren guten Zusammenarbeit. Es gibt verlässliche Ansprechpartner. Ich zahle Rechnungen sofort nach Eingang oder falls diesmal nicht möglich ist, in Absprache in Raten.

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

Mir sind keine Missstände bei meinen direkten Zuliefernden bekannt.

#### **Verifizierungsindikatoren**

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

**2022:** 0 %

**2021:** 0 %



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

**2022:** 0 %

**2021:** 0 %

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -**

**Verbesserungspotenziale/Ziele: -**

## A2.2 Negativ-Aspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferanten\*innen

### **Berichtsfrage**

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

Ja

### **Berichtsantwort**

Hiermit bestätige ich, dass bei dem wesentlichen Lieferanten\*innen Solidarität und Gerechtigkeit in der 1. Zulieferkette nicht verletzt werden und die Marktmacht nicht ausgenutzt wird.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -**

**Verbesserungspotenziale/Ziele: -**



## A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

### A3.1 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

#### **Berichtsfragen**

- Nach welchen Kriterien werden Rohware, Produkte und Dienstleistungen ausgewählt?
- Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?
- Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant\*innen berücksichtigt?
- Welche Unterschiede gibt es zum Mitbewerber hinsichtlich ökologischen Einkaufs?

#### **Berichtsantwort**

Nach welchen Kriterien werden Rohware, Produkte und Dienstleistungen ausgewählt?

Bei den zugekauften Dienstleistern achte ich, wie in A1 geschildert bisher auf Qualität, Preis und langfristige, vertrauensvolle Zusammenarbeit. Mit dem überwiegenden Teil der Dienstleister\*innen verbinden mich gemeinsame Werte.

Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?

Bisher noch nicht.

Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant\*innen berücksichtigt?

Bei Büromaterialien achte ich bisher nur bei Papier auf Zertifikate (Blauer Engel oder EcoLabel).

Laptops, Bildschirm, etc. kaufe ich meist in gebrauchten Zustand. Manchmal ist dies aus technischer Sicht, wie bei Handy ungünstig.

Ich benutze für meine Reisen die Deutsche Bahn und BVG.



Der Strom in meinem Arbeitszimmer kommt von Lichtblick und besteht zu überwiegendem Teil aus erneuerbaren Energien. Ich werde in 2024 zu Green-Planet-Energy wechseln, weil hier zu 100% Ökostrom angeboten wird.

Welche Unterschiede gibt es zum Mitbewerber hinsichtlich ökologischen Einkaufs?

Auf Netzwerk Treffen mit den Ordnungscaches Berlin habe ich von Kollegen gehört, dass diese noch mehr als ich auf ökologischen Einkauf achten.

Verifizierungsindikatoren

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

**2022:** 20 %

**2021:** 20 %

teilweise Ökostrom für Arbeitszimmer (Anbieter Lichtblick), Reisen mit der Deutschen Bahn und BVG-Schätzung 20%

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

**Büromaterial**

Bei Büromaterialien werde ich zu künftig auf Zertifikate (Blauer Engel, EcoLabel, etc) achten.

**Handy**

Das nächste Handy wird ein Fair hergestelltes Handy werden. Meine Freundin hat gute Erfahrungen damit gemacht.



## **Dienstleister**

Zukünftig werde ich mit den zugekauften Dienstleistern das Gespräch suchen hinsichtlich Solidarität, Gerechtigkeit, Ökologie, Menschenwürde.

## **Strom**

Durch die Bilanzierung habe ich erfahren, dass Lichtblick nicht zu 100% Ökostrom liefert. Ich werde so bald wie möglich wechseln.

## A3.2 Negativ-Aspekt: 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?

Ja

### **Berichtsantwort**

Ich bestätige, dass mit den meisten zugekauften Produkte/ Dienstleistungen meines Kerngeschäfts, keine besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen in der Lieferkette einhergehen.

Problematisch ist es bei Technik Einkäufen, hierfür kann ich es nicht bestätigen. In 2021 und 2022 hatte ich keine größeren technischen Anschaffungen, wie Handy, PC.

Ich fahre nur mit dem ÖPNV.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -**

**Verbesserungspotenziale/Ziele: -**



## A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

### A4.1 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

#### **Berichtsfragen**

- Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander?
- Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

#### **Berichtsantwort**

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

Mein direkter Einfluss auf die Lieferkette reicht nur bis zu den direkten zugekauften Dienstleistern, wie Fortbildungen, IT-Wartung, Webseiten Pflege und - Gestaltung. Mit diesen pflege ich einen transparenten Umgang. Auf die anderen zugekauften Produkte/Dienstleistungen wie Deutsche Bahn, BVG, Post, Vodafone, Lexoffice, etc. habe ich keinen Einfluss.

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

Eine aktive Prüfung gibt es bisher nicht. Sollte ich von Missständen Kenntnis nehmen, werde ich das Gespräch suchen und nachfragen.

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

**2022:** 0 %

**2021:** 0 %



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

**2022:** 52 %

**2021:** 34 %

Fortbildungen, IT-Wartung, Webseite Pflege und Gestaltung - hier erfolgt ein transparenter und partizipativer Umgang miteinander.

2021:

Fortbildung: 1.771€, IT-Wartung: 204€, Webseite, Coaching: 711€  
Summe 2.686€ im Verhältnis zu gesamten Ausgaben 7.720€ ergibt 34%

2022:

Fortbildung: 2.630€, IT-Wartung: 215€, Webseite, nebenan.de: 859€  
Summe 3.704€ im Verhältnis zu gesamten Ausgaben 7.113€ ergibt 52%

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

**Label**

Zukünftig mehr auf die verschiedenen Labels achten und daran meine Kaufentscheidung treffen.



## **B Eigentümer\*innen und Finanzpartner\*innen**

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

#### **B1.1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln**

##### **Berichtsfragen**

- Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden überlegt?
- Welche Formen und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/ oder über Ethikbanken konnten umgesetzt werden?
- Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken verringert werden?
- Wie sind die Finanzpartner\*innen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten?

##### **Berichtsantwort**

Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden überlegt?

Als Einzelunternehmerin lege ich, wenn notwendig privates Geld in das Business ein. Das kommt sehr selten vor.

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

Mein Geschäftskonto ist seit 2022 bei der Fyrst (Tochter der Postbank/Deutsche Bank) und vorher bei der Kontist Bank. Privat bin ich bei der GLS und DKB.

Die Kontist Bank ist eine online Bank der Ageras Gruppe, wird von InvestCorp unterstützt und agiert weltweit. Sie richtet sich an Gründer



und Soloselbstständige. Über Ethikrichtlinien schreibt die Bank nichts auf Ihrer Webseite.

Fyrst ist eine online Bank der Deutschen Bank und richtet sich an Gründer. Über Ethikrichtlinien schreibt die Bank nichts auf Ihrer Webseite.

Die betrieblichen Versicherungen habe ich bei der R+V. Die R+V gehört zur Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken und betrachtet Nachhaltigkeit als Bestandteil der Unternehmenskultur. In der Bewertung des Native Rankings erreicht die R+V 49,9% von 19 auf Nachhaltigkeit getesteten Sachversicherungen.

<https://nativerating.de/versicherungsvergleich-nachhaltigkeit>

Berufsunfallversicherung bei der VBG. Auf der Webseite steht: Als großer Sozialversicherungsträger und Körperschaft des öffentlichen Rechts bekennen wir uns zu unserer besonderen Verantwortung. Wir wollen unseren Beitrag zur Erhaltung der natürlichen Lebensbedingungen leisten, unsere Umwelt schützen und mitgestalten.

Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken verringert werden?

Es gibt keine Kredite und Finanzrisiken.

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

Bei den fyrst und Kontist Banken ist keine ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu erkennen.

Bei der R+V ist die Nachhaltigkeit erkennbar.

Bei der Berufsgenossenschaft VBG ist die Ausrichtung erkennbar.

### Verifizierungsindikatoren

Eigenkapitalanteil

**2022:** 100 %



**2021:** 100 %

Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche

**2021:** 32 %

Quelle: Statista sonstige Dienstleistungen 32% für 2021, für 2022 keine Angaben gefunden

Fremdkapitalanteil

**2022:** 0 %

**2021:** 0 %

Finanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart

Es gibt keine Finanzierungen.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

**online Konto**

Ich habe in 2024 ein Geschäftskonto bei der GLS Bank eröffnet.

## B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

### B2.1 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

#### **Berichtsfragen**

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



## Berichtsantwort

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

geplante Investitionen

in 2025: gebrauchter Laptop Lenovo ThinkPad ca. 1.000€

in 2026: Fairtrade Handy ca. 800€

in 2027: mit Beendigung der Arbeit beim Steuerbüro, gebrauchter Bildschirm, Drucker, Scanner ca. 800€

Die Rücklagen dafür bestehen bereits in Höhe von 1.800€ und werden weiter bespart.

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

Als Einzelunternehmerin habe ich den Anspruch, Überschüsse zu erwirtschaften. Erst nachdem das folgende bedient ist, sind die Überschüsse für private Entnahmen vorgesehen: die Befriedigung des laufenden Geschäftsbetriebes, Sicherung von notwendigen Investitionen, Bildung von Rücklagen für Haftungsfragen und Auftragseinbrüchen. Eine Aufnahme von Fremdkapital ist unter allen Umständen zu vermeiden.

Es besteht eine Rücklage in Höhe von 2.000€ für Auftragseinbrüche.

## Verifizierungsindikatoren

Mittelüberschuss auslaufender Geschäftstätigkeit

**2022:** 4.999 €

**2021:** 5.978 €

Gewinne aus selbstständiger Arbeit und Gewerbebetrieb zusammengefasst.

Gesamtbedarf Zukunftsausgaben



**2022:** 1.000 €

**2021:** 0 €

In 2022 bemerkt das ich, das ich zukünftig einen neuen Laptop benötigen werde.

Getätigte/r strategischer Aufwand/ strategische Ausgaben

**2022:** 185 €

**2021:** 0 €

Beginn der Ausbildung zur Erzählerin Ende 2022.

Anlagenzugänge

**2022:** 1.150 €

**2021:** 0 €

neue Webseite für Erzählerin

Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn)

**2022:** 3.255 €

**2021:** 605 €

Ab 05 2022 Notfallrücklage für Auftragseinbrüche angelegt – 2.000€

Technikrücklage

2021 - 605€

2022 - 1.255€

Auszuschüttende Kapitalerträge

**2022:** 0 €

**2021:** 0 €



Ausschüttungen gibt es bei Einzelunternehmer nicht.

Auszuschüttende Kapitalerträge in % vom Stamm- oder Grundkapital

**2022:** 0 %

**2021:** 0 %

siehe oben

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Rücklagen

Die Rücklagen werde ich nach und nach in den nächsten Jahren erhöhen.

## B2.2 Negativ-Aspekt: Unfaire Verteilung von Geldmitteln

**Berichtsfrage**

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

Ja

**Berichtsantwort**

Ich bestätige für mein Unternehmen, dass die Verteilung von Geldmitteln trotz stabiler Gewinnlage fair erfolgt.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -**

**Verbesserungspotenziale/Ziele: -**



## B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

### B3.1 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

#### **Berichtsfragen**

- Welche Sanierungsziele am/ im eigenen Betrieb haben ein soziales und ökologisches Verbesserungspotenzial?
- Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt und welche Förderprogramme können genutzt werden?
- Welche Investitionen wurden/werden konkret vorgenommenen?
- In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?

#### **Berichtsantwort**

Welche Sanierungsziele am/ im eigenen Betrieb haben ein soziales und ökologisches Verbesserungspotenzial?

Die technische Ausstattung hat ein soziales und ökologisches Verbesserungspotenzial, wie Laptop, Handy.

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

Dafür werden Finanzmittel in Höhe von ca. 1.800€ benötigt, die schon als Rücklage da sind.

Welche Investitionen wurden/werden konkret vorgenommenen?

Laptop, Handy sollen in den nächsten Jahren ersetzt werden.

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

Als Unternehmen beteilige ich mich nicht an sozial-ökologischen Projekten, nur privat als ehrenamtliche Hospizmitarbeiterin.



Meine Notfallrücklage habe ich bei der GLS Bank und die Technikrücklage bei der DKB.

### Verifizierungsindikatoren

Investitionsplan inkl. des ökologischen Sanierungsbedarfs

**2022:**

Geplante Investition	Betrag (in €)
gebrauchter Laptop Lenovo ThinkPad für 2025	1.000
Fair Trade Handy ab 2026	800

In 2021 gab es keinen Plan.

### Realisierung der ökologischen Investitionen

In dem Berichtszeitraum wurden keine ökologischen Investitionen getätigt.

### Finanzierte Projekte

Es gab keine finanzierten Projekte Dritter.

### Fonds-Veranlagungen

Es gibt keine Fonds-Veranlagungen in meinem Unternehmen.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -**

### Verbesserungspotenziale/Ziele:

Fortbildung Ökologie

In 2023 habe ich eine Baumkonferenz besucht, um das Erzählen mit der Natur zu verbinden.



## B3.2 Negativ-Aspekt: 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?

Ja

### **Berichtsantwort**

Als Unternehmerin bestätige ich, dass das Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut oder zumindest eine mittelfristige Ausstiegsstrategie verfolgt wird.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -**

**Verbesserungspotenziale/Ziele: -**

## B4 Eigentum und Mitentscheidung

### B4.1 Eigentum und Mitentscheidung

#### **Berichtsfragen**

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



### Berichtsantwort

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

Als Einzelunternehmerin gehört mir das Unternehmen zu 100%. Ich hafte voll mit meinem privaten Vermögen für das Unternehmen. In meiner Person vereinigen sich alle Rechte und Pflichten.

Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?

trifft auf mich nicht zu

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

trifft auf mich nicht zu

Wie hat sich die Eigentümer\*innenstruktur in den letzten Jahren entwickelt, und wie wird die Veränderung abgesichert?

trifft auf mich nicht zu

### Verifizierungsindikatoren

Verteilung des Eigenkapitals in folgenden Kategorien (Eigenkapitalstruktur in %)

**2022:**

Eigentümer	Anteil (in %)
Unternehmer*innen	100
Führungskräfte	
Mitarbeitende	
Kund*innen	
Lieferant*innen	



Eigentümer	Anteil (in %)
weiteres Umfeld	
nicht mittätige Kapitalinvestor*innen	
Summe	

**2021:**

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

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -**

**Verbesserungspotenziale/Ziele: -**

## B4.2 Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahme

### Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine feindlichen Übernahmen erfolgt sind?

Ja



## Berichtsantwort

Ich bestätige, dass keine feindlichen Übernahmen erfolgt sind.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -**

**Verbesserungspotenziale/Ziele: -**

## C Mitarbeitende

### C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

#### C1.1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

##### Berichtsfragen

- Wie kann die Unternehmenskultur im Unternehmen beschrieben werden?
- Welche Maßnahmen zu betrieblicher Gesundheitsförderung und zum Arbeitsschutz wurden umgesetzt, und wie werden sie evaluiert?
- Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von und beim Umgang mit Mitarbeitenden, und welche Betriebsvereinbarungen bzw. Maßnahmen gibt es bereits?

##### Berichtsantwort

Wie kann die Unternehmenskultur im Unternehmen beschrieben werden?

Im Umgang mit Mitunternehmer\*innen, Kunden\*innen und mir selber lebe ich so gut es geht Achtsamkeit, Respekt, Wertschätzung, Mitgefühl und Toleranz.

Ich habe mir meine Berufe aufgrund meiner Persönlichkeit, Neigungen, Erfahrungen und Werte ausgesucht und das macht mich froh.

Selbstbestimmt und frei arbeiten zu können tut mir gut.



Die Aufgaben und Verantwortlichkeiten sind klar und kann ich gut erfüllen.

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

Da meine Gesundheit fragil ist, arbeite ich nur so viel wie es für mich möglich ist und mir guttut. Um das zu gewährleisten, nehme ich alle 2 Monate 1-2 Wochen frei, im Sommer gibt es eine 3-4 Wochen Pause und ich halte mir die Zeit zwischen den Jahren und den Januar so gut wie möglich frei.

Im Jahr 2021 war ich längere Zeit krank, so begann ich ab 2022 die oben genannten Regeln einzuführen, was in 2022 zu weniger Krankheitstagen führte. In 2023 gab es leider wieder eine längere Krankheitsperiode, so ist die Wichtigkeit der Einhaltung der Regeln ab 2024 wieder deutlich geworden.

Wichtig ist für mich, dass neben der "ernsten" Tätigkeit als Aufräumcoach der Spaß und das Spiel nicht zu kurz kommt, was ich mir mit der Tätigkeit als Erzähler ins Leben geholt habe. Und Arbeit ist nicht alles, auch wenn diese viel Spaß macht. Einfach die Seele baumeln lassen tut gut.

Das Tool "Den Tag meistern" und die Kalender sind meine wichtigsten Arbeitsmittel um meine Zeit und Ressourcen zu planen und zu strukturieren. Freie Zeiten blocke ich im Kalender und sind für Arbeit tabu. Ich achte auf meine Leistungsfähigkeit, um die zugesagten Projekte in guter Qualität erfüllen zu können.

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

Betriebsvereinbarungen gibt bei mir als Soloselbstständige nicht.



Diversität bereicht mich durch das Sehen und Hören anderer Lebens- und Sichtweisen. Es darf aus meiner Sicht noch sichtbarer werden.

## Verifizierungsindikatoren

Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit

**2022:** 5 Jahre

**2021:** 4 Jahre

Gründung 1.1.2018

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

**2022:**

Entwicklungsangebot	Mitarbeitende bzw. Führungsebene	Stunden pro Mitarbeitenden
Fortbildung Erzähler 2 Tage a 7 h	1	14
Coaching zur Arbeit	1	2
Kommunikationskurs online 4 Monate pro Woche 3 h	1	48
Kommunikationsworkshop	1	24
Atemworkshop 2 x a 3h	1	6
Coaching zum Erzähler	1	13
Supervision zur Arbeitsweise	1	6
Festival Storytelling	1	8

**2021:**

Entwicklungsangebot	Mitarbeitende bzw. Führungsebene	Stunden pro Mitarbeitenden
Supervisionen zur Arbeitsweise	1	4
Fortbildung & Coaching zum Erzähler 5 Termine a 2 h	1	10
Kommunikationsworkshop	1	20
Coaching zur Arbeit	1	4

Gesundheits-/ Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung)

**2022:**

Altersgruppe	Gesundheits-/ Krankenquote (in %)
um die 60, 15 Tage krank, 4 AT pro Woche, 16 AT pro Monat davon 8 AT-Selbstständigkeit, ca. 8 AT krank davon 4 AT für Selbstständigkeit, 160 AT pro Jahr davon 80 AT für Selbstständigkeit = 4/80	4
Kur Anfang 2022 von 7 Wochen = 14 AT für Selbstständigkeit 14/80	14



**2021:**

Altersgruppe	Gesundheits-/ Krankenquote (in %)
um die 60, in 2021 56 Tage krank= 8 Wochen, 4 AT-Woche, davon 2 AT selbstständig, 16 AT pro Monat, 8 AT-Selbstständigkeit = 160 AT gesamt, davon 80 AT Selbst. =16 AT krank selbst. /80 = 16%	16

in 2023 18 Tage krank, 4 AT pro Woche, 22 AT pro Monat davon 11 AT für Selbstständigkeit, ca. 13 AT krank davon 7 AT für Selbstständigkeit, 220 AT pro Jahr davon 110 AT für Selbstständigkeit =  $7/110 = 6\%$

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

**2022:** 0 Tage

**2021:** 0 Tage

Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle

Zum Glück gab es keine Unfälle.

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

**2022:**

Demografische Verteilung trifft auf mich als Soloselbstständige nicht zu.



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

**2022:**

Angebot und Inhalt	Stunden pro Mitarbeitenden
wöchentliche Meditation 0,5 - 1h online	30
regelmäßige Physiotherapie 2 x Monat a 30 Minuten	12

**2021:**

Angebot und Inhalt	Stunden pro Mitarbeitenden
MBSR-Jahreskurs 1x Monat 6h, 1x Monat 2h	96
regelmäßige Physiotherapie 2 x Monat a 30 Minuten	12

2023 2-3 x Monat Cantienica ab März 2023

Durchschnittliche Karenzdauer von Müttern

**2022:** 0 Monate

**2021:** 0 Monate

Durchschnittliche Karenzdauer von Vätern

**2022:** 0 Monate

**2021:** 0 Monate



**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Fürsorge:

Die Fürsorge für meine eigene Person als Arbeitskraft, Mitarbeitende, Führungsperson noch mehr im Blick behalten und ausbalancieren.

Geeignete Maßnahmen dafür sind: regelmäßige Pausen, eigene Wertschätzung meiner Arbeit, Bedingungen schaffen, das von mir klare Entscheidungen getroffen werden können.

C1.2 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

**Berichtsfrage**

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen?

Ja

**Berichtsantwort**

Ich bestätige, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -**

**Verbesserungspotenziale/Ziele: -**



## C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

### C2.1 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

#### **Berichtsfragen**

- Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster „lebenswürdiger Verdienst“ zusteht?
- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen?
- Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt?
- Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?
- Wie können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden?
- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen?
- Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?
- Welche Maßnahmen gibt es in der Organisation, um eine Work-Life-Balance zu gewährleisten?

#### **Berichtsantwort**

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

Da mein Gesundheitszustand fragil ist, habe ich mir einen lebenswürdigen "Verdienst" aus mehreren Standbeinen (Angestellt, Rente und Soloselbstständig) zusammengestellt. Das erlaubt es mir, im Rahmen meiner gesundheitlichen Möglichkeiten zu wirken und ein würdiges Leben zu führen. Konkret heißt das für die Selbstständigkeit, dass ich Branchenübliche Preise für meine Tätigkeit nehme und ab und an Preisnachlässe für Menschen mit niedrigem Einkommen gewähre. Ich arbeite mit Gewinn, wenn auch in geringem Umfang.



### Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt?

Als Soloselbstständige trage ich die Arbeitslasten alleine. Sofern es zu viel werden sollte, gibt es ein Netzwerk, wo Aufträge gerne von Kollegen übernommen werden.

Arbeitszeiten erfasse ich überschlägig.

Für die Selbstständigkeit hatte ich im Jahr 2021 ca. 192 Arbeitsstunden beim Kunden, zusätzlich ca. ca. 370 Stunden für Verwaltung, Fortbildung, Aqoise, Fahrtzeiten. Summe 562 Stunden. Das entspricht bei ca 42 Arbeitswochen ca 13 Stunden pro Woche.

Im Jahr 2022 waren es ca. 180 Arbeitstunden beim Kunden, zusätzlich ca. 190 Stunden für Verwaltung, Aqoise, Fortbildung, Fahrtzeit, entspricht 370 Stunden. Bei ca. 42 Arbeitswochen entspricht das ca. 9 Stunden pro Woche.

### Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?

Überstunden entstehen selten, es sei denn das ein Kunde dringend mehr Leistung von mir benötigt, als geplant ist. Danach achte ich auf Erholungsphasen.

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

Bedingt durch meine fragile Gesundheit ist mein Engagement mit ehrenamtlichem Hospiz, Gemeinschaftsgarten und Straßenbäume pflegen, Nachbarschaftliche Hilfe ausgeschöpft.

### Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen?

Meine Selbstständigkeit ermöglicht mir eine freie Arbeitszeit Gestaltung.



### Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?

Meine Selbstständigkeit ermöglicht mir eine freie Auswahl an Arbeitsmodellen.

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

Durch die freie Gestaltung der Arbeit und der finanziellen Absicherung ist es mir möglich, gut auf eine Work-Life-Balance zu achten. Siehe Erläuterungen unter C1

### Verifizierungsindikatoren

#### Höchstverdienst

Trifft auf Soloselbstständige nicht zu.

#### Mindestverdienst

Trifft auf Soloselbstständige nicht zu.

#### Innerbetriebliche Spreizung (Verhältnis Höchst- zu Mindestverdienst)

**2022:**

1:1

**2021:**

1:1

#### Medianverdienst

**2022:** 33 €

**2021:** 23 €

Der Unterschied zwischen den beiden Jahren beruht darauf, dass ich im Jahr 2022 eine Dauerkundin hatte. Dadurch entfielen Zeiten für Aquise



und Verwaltung. Im Jahr 2022 habe ich auch weniger Fortbildungen besucht.

Medianverdienst ist die Anzahl der Stunden im Verhältnis zum Umsatz

**Standortabhängiger "lebenswürdiger Verdienst" (für alle Betriebsstandorte)**

Der Mindestlohn beträgt im Jahr 2022 12€. Mein Stundensatz für das Jahr 2021 liegt bei 191% gegenüber dem Mindestlohn und für das Jahr 2022 bei 275%. Im Jahr 2023 wird mein Stundensatz wieder sinken, da ich viel Zeit in die Ausbildung als Erzählerin gesteckt und kaum Umsätze daraus erzielt habe.

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

**2022:** 9 Stunden

**2021:** 13 Stunden

Für die Selbstständigkeit hatte ich im Jahr 2021 ca. 192 Arbeitsstunden beim Kunden, zusätzlich ca. ca. 370 Stunden für Verwaltung, Fortbildung, Aqoise, Fahrtzeiten. Summe 562 Stunden. Das entspricht bei ca 42 Arbeitswochen ca 13 Stunden pro Woche.

Im Jahr 2022 waren es ca. 180 Arbeitstunden beim Kunden, zusätzlich ca. 190 Stunden für Verwaltung, Aqoise, Fortbildung, Fahrtzeit, entspricht 370 Stunden. Bei ca. 42 Arbeitswochen entspricht das ca. 9 Stunden pro Woche. Ab Bezug der Rente im Juli 2022 habe ich meine Arbeitsstunden reduziert. Bei den 9 Stunden handelt es sich um einen Jahresdurchschnitt.

**Tatsächlich geleistete Überstunden**

**2022:** 0 Stunden

**2021:** 0 Stunden



**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Work-Life Balance

In 2023 plane ich wieder eine Auszeit von 2 Wochen im Januar und wie auch schon im Vorjahr mindestens ein - zwei Wochen Urlaub alle 2 Monate. Diese Zeiten sind sehr wichtig für meine Regeneration.

## C2.2 Negativ-Aspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

### **Berichtsfrage**

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Mitarbeitenden nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet werden?

Ja

### **Berichtsantwort**

Hiermit bestätige ich, dass ich keine Ausbeutung durch die Organisation oder Selbstaussbeutung vornehme.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -**

**Verbesserungspotenziale/Ziele: -**

## C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

### C3.1 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

#### **Berichtsfragen**

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



- Welche Verkehrsmittel benützen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?
- Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden, gibt es Weiterbildungsangebote?

### **Berichtsantwort**

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

Seit 2022 beziehe ich regionales und saisonales Gemüse und Obst größtenteils von einem Bauern aus dem Oderbruch. 100% Bioqualität ist meines Erachtens nicht notwendig. Die restlichen Lebensmittel kaufe ich überwiegend im Bioladen bzw. regionale oder Bioprodukte in Supermärkten ein. Selten kaufe ich Obst was nicht aus Deutschland kommt, ab und an Orangen, Mandarinen. Regelmäßig kaufe ich Zitronen. Für diese Frage habe ich in meinen Küchenschrank geschaut und gestaunt wie viele Dinge nicht aus Deutschland kommen, wie Reis, Olivenöl, Nüsse, Gewürze.

Wenn ich länger unterwegs bin, dann nehme ich mein Essen von zu Hause mit. Es ist in Dosen oder Essensbehältern verpackt. Fleisch verzehre ich 1-2 x pro Monat in den Wintermonaten. Ich kaufe nur Biofleisch. In Restaurants esse ich vorwiegend vegetarisch.

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

Ich benutze nur die öffentlichen Verkehrsmittel, die Bahn und laufe viel zu Fuß.

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

Weiterbildungen zum ökologischen Verhalten finde ich im Austausch mit Freunden oder im Internet. Zurzeit ist mir das Thema Wasser wichtig.



Wie gehe ich damit um, wie ist mein Verbrauch, wie kann es lebendig bleiben?

Ich achte auf sparsamen Verbrauch von Büromaterialien, recyceltem Papier, Strom und Heizung.

Mit meinen Kunden ist das regelmäßige Teil der Beratung, wie durch Aufräumen der Verbrauch in verschiedenen Bereichen sinken kann.

### Verifizierungsindikatoren

Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft

**2022:** 90 %

**2021:** 90 %

Anteil der Anreise mit PKW/ öffentlichen Verkehrsmitteln/ Rad/ zu Fuß

**2022:**

Verkehrsmittel	Anteil (in %)
zu Fuß	20
Rad	
PKW	
Öffentliche Verkehrsmittel	80
Summe	

**2021:**

Verkehrsmittel	Anteil (in %)
zu Fuß	20
Rad	
PKW	
Öffentliche Verkehrsmittel	80



Verkehrsmittel	Anteil (in %)
Summe	

### Nutzungsgrad des ökologischen Betriebsangebots der Mitarbeitenden

**2022:** 100 %

**2021:** 100 %

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -**

#### Verbesserungspotenziale/Ziele:

GWÖ-Bericht

In 2023 habe ich den GWÖ-Bericht in einer Peergruppe erstellt. Die Zusammenarbeit mit den anderen Firmen war sehr bereichernd, ich lernte, dass es möglich ist, Gewinne so einzusetzen, dass es den Mitarbeitenden und dem Gemeinwohl zu Gute kommt. Das macht mir Hoffnung. Ich erhielt Anregungen, was ich bei mir alles verändern kann, wie ökologischere Anbieter für Büromaterial und Strom auszuwählen. Lieferketten mitzudenken. etc.

### C3.2 Negativ-Aspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens

#### Berichtsfrage

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

Ja

#### Berichtsantwort

Hiermit bestätige ich, dass ich in meinem Unternehmen unökologisches Verhalten nicht dulde und keine Ressourcen verschwende.



**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -**

**Verbesserungspotenziale/Ziele: -**

## C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

### C4.1 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

#### Berichtsfragen

- Welche wesentlichen/ kritischen Daten sind für die Mitarbeitenden leicht zugänglich?
- Wie werden Führungskräfte ausgewählt, evaluiert und abgesetzt? Von wem?
- Welche wesentlichen Entscheidungen können die Mitarbeitenden mehrheitsdemokratisch oder konsensual mitbestimmen?
- Welche Erfahrungen wurden bisher mit mehr Transparenz und Mitbestimmung gemacht?

#### Berichtsantwort

Das trifft auf Einzelunternehmen nicht zu.

#### Verifizierungsindikatoren

Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten  
(Einschätzung)

**2022:** 100 %

**2021:** 100 %

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

**2022:** 100 %

**2021:** 100 %



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

**2022:** 100 %

**2021:** 100 %

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -**

**Verbesserungspotenziale/Ziele: -**

C4.2 Negativ-Aspekt: Verhinderung des Betriebsrates

### **Berichtsfrage**

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Verhinderung des  
Betriebsrates vorliegt?

Ja

### **Berichtsantwort**

Für Einzelunternehmen trifft ein Betriebsrat nicht zu.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -**

**Verbesserungspotenziale/Ziele: -**

## **D Kund\*innen und Mitunternehmen**

- Endkund\*innen: vorwiegend Frauen, Soloselbstständige, Rentner\*innen, Angestellte
- Auftraggeber: vorwiegend Frauen, Soloselbstständige, Rentner\*innen, Angestellte
- Nutzer\*innen: vorwiegend Frauen, Soloselbstständige, Unternehmer\*innen, Rentner\*innen, Angestellte zusätzlich die Familienmitglieder bzw Mitarbeiter
- Händler\*innen: Einkäufe von Büromaterial in Läden von Ketten, Einkäufe von Büchern vorwiegend im Antiquariat



- Dienstleister\*innen: Webseite Wartung, IT-Wartung, Webseite Design, Telefon-, Internetanbieter, Seminarleiter, Coaches, ÖPNV
- Mitunternehmer\*innen: Aufräumcoaches in Berlin und Brandenburg, es gibt mehrere Netzwerke in denen ich Mitglied bin, Aufträge die jemand nicht leisten kann, werden in das Netzwerk gegeben und von anderen ausgeführt.

## D1 Ethische Kund\*innenbeziehungen

### D1.1 Ethische Kund\*innenbeziehung

#### **Berichtsfragen**

- Wie werden neue Kund\*innen gewonnen und wie Stammkund\*innen betreut?
- Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kund\*innennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?
- Welche Kund\*innengruppen haben einen erschwerten Zugang zu den Produkten und Dienstleistungen? Was wird getan, damit diese auch in den Genuss der Produkte/ Dienstleistungen kommen können?

#### **Berichtsantwort**

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

Neue Kunden kommen über meine Webseite, Empfehlungen von Kollegen, Netzwerke, Bekannte und Freunde. Ich lerne neue Menschen in unterschiedlichsten Bereichen kennen, erzähle, wenn es passt, von meiner Arbeit und manchmal entstehen daraus Kundenkontakte.

Stammkunden betreue ich, indem ich zum Jahreswechsel eine Dankespostkarte mit Neujahrsgrüßen versende. Während des Jahres verteile ich kleine Aufmerksamkeiten wie eine erzählte Geschichte und Blumen. Als Aufräumcoach verschenke ich nur Dinge die schnell vergänglich sind, damit meine Kunden nicht überfordert werden, noch



mehr entsorgen zu müssen.

Neu- und Stammkunden werden von mir gleichbehandelt.

Fragen zu meinem Fachgebiet beantworte generell kostenfrei, wenn diese schnell und einfach zu beantworten sind. (ca. 5 - 10 Minuten) Falls ich nicht weiterhelfen kann, gebe ich Empfehlungen, wer weiterhelfen könnte. Bisher waren die Anrufer damit zufrieden und dankbar.

Auf meiner Webseite [www.das-aufraeumfest.com](http://www.das-aufraeumfest.com) sind Referenzen von Kunden einsehbar. Ebenso sind meine Arbeitsbereiche und -weise, die fachliche Kompetenz informativ und authentisch auf beiden Webseiten dargestellt.

Auf [www.das-aufraeumfest.com](http://www.das-aufraeumfest.com) gibt es eine Rubrik Tipps & FAQ zu meinen Arbeitsbereichen. Dort sind neben Antworten auch Links zu Anbietern zu finden, die weiterhelfen. Z.B.: Aufräumcoaching: Links zu green-circle, Kunststoffe, BSR etc. / Buchführungsberatung: Reisswolf, Aufbewahrungsfristen, Formulare, etc / Erbschaftsbegleitung: Checklisten, Hilfe für Trauernde, Hilfe für die Erstellung von Vorsorgevollmacht, Patientenverfügung, etc

Als Erzählerin baue ich einen E-Mail-Verteiler auf, nur mit dem Einverständnis von den Menschen, die über meine Veranstaltungen informiert werden möchten. 2- 3 x im Jahr informiere ich in einer E-Mail über die kommenden Veranstaltungen. Diese sind auf meiner Webseite einsehbar.

Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kund\*innennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?

Als Aufräumcoach bespreche ich mit den Kunden vorab den Ablauf der Beratungsleistung, frage nach ob alles so ist, wie der Kunde es sich vorstellt. Missverständnisse werden geklärt. Die vereinbarten Leistungen



und Zeiten werden von mir eingehalten. Der Kunde hat jederzeit die Möglichkeit die Beratung zu beenden oder zu verlängern.

Im Prozess sind Feedbackrunden eingeplant, um die Beratung besser auf den Kunden abzustimmen. Änderungswünsche bzw. Kritik werden von mir so weit möglich, in den Prozess übernommen.

Der Beratungsvertrag kann jederzeit vom Kunden gekündigt werden. Auf Terminwünsche der Kunden gehe ich, so weit es mir möglich ist ein. Die Bezahlung erfolgt nach der von mir erbrachten Leistung. Ratenzahlung ist möglich.

Mir ist wichtig, dass ich thematisch kompetent bin, um den Kundenwünschen gerecht zu werden. Ebenso ist mir wichtig, dass die Arbeit mit meinen Werten übereinstimmt. Sollte es zu Kollisionen mit den Werten der Kunden kommen, prüfe ich für mich, wo meine Grenze liegt und was verhandelbar ist.

Als Erzählerin bespreche ich bei Aufträgen vorab mit dem Auftraggeber den Ablauf und Inhalt der Veranstaltung. Die Wünsche des Kunden, sofern von mir umsetzbar, fließen in die Veranstaltung mit ein. Veranstaltungen die ich selber anbiete, wie die Erzählspaziergänge, sind von mir so ausgerichtet, dass diese mit meinen Werten übereinstimmen und dem Kunden Freude und Anregungen bieten.

Folgende Grundsätze befolge ich bei meiner Arbeit (siehe auch QM-Anhang bei Angaben zu Beginn)

- Bestimmte Branchen, wie Rüstungsindustrie, schließe ich für mich aus.
- Ich biete nichts an, was ich nicht leisten kann. Wenn das eintritt, habe ich ein Netzwerk und empfehle den Kunde\*innen die Menschen, wo ich denke, dass sie ihr/ihm in diesem Bereich weiterhelfen können.



Welche Kund\*innengruppen haben einen erschwerten Zugang zu den Produkten und Dienstleistungen? Was wird getan, damit diese auch in den Genuss der Produkte/ Dienstleistungen kommen können?

- Meine Stundensätze bei der Beratung variieren zwischen 60€ für Menschen mit wenig Geld und 80€ für alle anderen. Einen erschwerten Zugang zu meiner Dienstleistung haben Bürgergeldler. Ich vereinbare in solchen Fällen weniger Stunden und gebe mehr "Hausaufgaben" auf. Das funktioniert ganz gut. Andernfalls empfehle ich die Unterstützung von dem Verein Freiraum, der günstiger als ich arbeitet.
- Der Eintritt für die Erzählspaziergänge beträgt 10€ für Erwachsene und ist kostenfrei für Bürgergeldler, Kinder und Jugendliche

### Verifizierungsindikatoren

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

**2022:**

Maßnahmen	Budget (in €)	Anteil (in %)
Flyer, Postkarten, nebenande	297	1,97
Wartung Webseite	721	4,79
Dekorationen	51	0,33

**2021:**

Maßnahmen	Budget (in €)	Anteil (in %)
Wartung Webseite	510	3,19
Druck von Postkarten	33	0,2



Maßnahmen	Budget (in €)	Anteil (in %)
nebeande, Einkauf von Werbeordnern	323	2,02
Einkauf von Medien wo Artikel von mir veröffentlicht wurden	15	0,09

Die Prozentzahlen ergeben sich aus der Division der Werbeausgaben durch den Jahresumsatz

Fixe Bestandteile der Bezahlung von Verkaufsmitarbeitenden

**2022:** 0 %

**2021:** 0 %

Es gibt keine Verkaufsmitarbeiter.

Umsatzabhängige Bestandteile der Bezahlung von Verkaufsmitarbeitenden

**2022:** 0 %

**2021:** 0 %

Es gibt keine Verkaufsmitarbeiter.

Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: ja/ nein?

**2022:** Nein

**2021:** Nein

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

**2022:** 1,59 %

**2021:** 0 %



In 2022 wurden 5 Stunden Beratung meinerseits an eine Kundin mit wenig Geld geleistet. Zu einer Gegenleistung von Seiten der Kundin kam zu für 2 Stunden. Die 3 Stunden werde ich nicht einfordern. Wert der Beratung  $3 \times 60 \text{€} = 180 \text{€}$ .

Gerne gebe ich mein Wissen in kurzen Gesprächen ca. 15 Minuten weiter. Geht es länger, dann wird daraus ein Auftrag oder nicht. Nicht einberechnet.

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

#### Erlas von Forderungen

Im Jahr 2022 half ich einer Kundin, die gerade meiner Hilfe bedurfte und stundete Ihr 3 Stunden. Von den von mir erbrachten 5 Stunden konnte Sie nur 2 Stunden bezahlen. Die 3 Stunden im Wert von insgesamt 180,00€ werde ich nicht einfordern.

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

#### Großzügigkeit

Ich sehe in meinen Geschäftsfeldern Aufräumcoach und Erzählerin Potential zu mehr Großzügigkeit, in dem Sinne öfter zu prüfen, ob ich es mir in dem Augenblick leisten kann, in dem ein oder anderen Fall großzügiger zu sein.

#### Verzicht auf Forderung

Im Jahr 2023 habe ich auf eine Rechnung im Wert von 202,30€ verzichtet, da der Klient auf Grund seines hohen Alters die Bezahlung ständig vergaß.

#### Reduzierung Stundensatz

Im Frühjahr 2023 stellte sich erst bei der laufenden Arbeit heraus, dass die Kundin den vereinbarten Stundensatz von 80€ nicht leisten kann. Ich reduzierte den Stundensatz auf 60€ und gab ihr einige Gespräche von insgesamt 1,5 Stunden in Höhe von 90,00€ umsonst dazu.



## D1.2 Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen

### **Berichtsfrage**

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

Ja

### **Berichtsantwort**

Ich bestätige, dass ich keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt habe.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

## D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

### D2.1 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

#### **Berichtsfragen**

- Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert, und welche Ziele werden dabei verfolgt?
- In welchen Bereichen verhält sich das Unternehmen solidarisch gegenüber anderen Unternehmen und hilft uneigennützig?

#### **Berichtsantwort**

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

Auf meiner Webseite [www.das-aufraeumfest.com](http://www.das-aufraeumfest.com) habe ich meine Kooperationspartner\*innen vorgestellt.

In den Jahren 2019 bis 2022 gab es eine intensive Zusammenarbeit mit Gut+ (bis 2021) und der Gründerinnenzentrale im Bereich



Buchführungsberatung für Gründer\*innen. Diesen Bereich führe ich ab 2023 nicht mehr durch und habe die Kooperation beendet. Meine Aufgabe war, Gründerinnen Basiswissen im Bereich Buchführung zu vermitteln, damit die Gründung gelingt. Gut+ und die Gründerinnenzentrale betreuen Gründerinnen. Mein Angebot ergänzte sich gut mit den Angeboten der Kooperationspartner\*innen.

Die Zusammenarbeit mit den aktuellen Kooperationspartner\*innen dient dazu, meinen Kunden für sie hilfreiche Leistungen anzubieten, die über meinen Tätigkeitsbereich hinaus gehen, bzw. diesen ergänzen. Engere Zusammenarbeiten erfolgen zurzeit nicht. Wir empfehlen uns gegenseitig Kunden. z.B. Anja Ring - Architektin für kleine Räume, Angelika Enke - Stylistin zum Aufräumen von Kleiderschränken, Meike Nittel und Katja Rossel - Verkaufstrainerinnen mit Herz.

Dann gibt es noch die Ordnungskoaches von Berlin, ein loses Netzwerk. Wir empfehlen uns gegenseitig Kunden, treffen uns 2 x im Jahr zum Austausch, empfehlen uns Fortbildungen und haben eine gemeinsame What's App Gruppe.

Unter den Erzählern gibt es ebenfalls verschiedene Anlaufpunkte wo man Kollegen treffen kann und sich austauschen. Am ehesten bei den Fortbildungen und in Vereinen. Bisher bin ich in keinem Verein.

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

Ich gebe gerne mein Wissen an andere Unternehmer weiter. Z.B. Menschen, die neu in der Branche starten oder neu in Deutschland ankommen, teile ich meine Erfahrungen und mein Wissen mit. Fragen die an mich herangetragen werden, beantworte ich generell kostenlos, wenn diese einfach und schnell zu beantworten sind. (5 - 10 Minuten)



Im Netzwerk Berliner Ordnungscoaches stellen Mitglieder ab und an Aufträge rein, die sie selber nicht durchführen können. Bisher hatte ich wenig Gelegenheit dazu, dies auch zu tun und habe mehr von den anderen profitiert.

In den Jahren 2020 und 2021 habe ich 2x jährlich für 3-4 Tage auf einem Hof von einer Bekannten mitgearbeitet. Der Hof war am Entstehen und ich konnte mit meiner Expertise in Struktur und Coaching einige wertvolle Anregungen geben.

Seit Ende 2022 betreue ich ab und an ein englisch/französisches Ehepaar (Freiberufler) zu all den Fragen, die ich beantworten kann, bzw. gebe Empfehlungen aus meinem Netzwerk.

### **Verifizierungsindikatoren**

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

**2022:** 0 Stunden

**2021:** 0 Stunden

siehe unten Aufwand für Kooperation nicht in Stunden, nur in Umsatz ausgewiesen.

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

**2022:** 2 %

**2021:** 10 %



2021 Umsatz aus Buchführungsberatung mit Gut+ 632,20€,  
Gründerinnenzentrale 1.046,41€ Summe 1.678,61€ / 15.951€ =10,51%

2022 Umsatz aus Buchführungsberatung Gründerinnenzentrale 451,42€  
/ 15.048€ =2,99%

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

**2022:**

Unternehmenskategorie	Aufgewendete Zeit (in Stunden)	Erzielter Umsatz (in €)
Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional)		451
Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen		0
Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, mit anderer Zielgruppe		0

**2021:**

Unternehmenskategorie	Aufgewendete Zeit (in Stunden)	Erzielter Umsatz (in €)
Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional)		1.678



Unternehmenskategorie	Aufgewendete Zeit (in Stunden)	Erzielter Umsatz (in €)
Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen		0
Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, mit anderer Zielgruppe		0

Unternehmen mit der gleichen Zielgruppe = Gut+, Gründerinnenzentrale

Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, andere Zielgruppe = Berliner Ordnungscoaches, andere Aufräumcoaches sind mehr auf Wohnungen spezialisiert, ich auf Büro und Buchführung

In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen?

In all den oben aufgeführten Bereichen bin ich nicht aktiv.

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

**2022:**

Unternehmenskategorie	Anzahl der Arbeitskräfte	Mitarbeitendenstunden
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen		3
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche		0

**2021:**

Unternehmenskategorie	Anzahl der Arbeitskräfte	Mitarbeitendenstunden
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen		20
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche		0

Im Jahr 2021 war ich 2 x im Jahr ca. 3-4 Tage auf einem Hof bei einer Bekannten um beim Aufbau des Hofes zu helfen. Ich brachte meine Expertise zum Coaching, Struktur und Aufräumen, neben körperlicher Arbeit ein. Schätzung 20 Stunden

Im Jahr 2022 begann die Betreuung eines englisch/französischen Ehepaars (Freiberufler) mit der Weitergabe meines Fachwissens, ab und an. Schätzung 3 Stunden.

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

Empfehlungen von Kunden an Kooperationspartner, deren Wünsche nicht in meinem Kompetenzbereich lagen. Schätzung schwer möglich, keine Notizen dazu.



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

**2022:**

Unternehmenskategorie	Summe an Finanzmitteln (in €)	Anteil vom Umsatz (in %)	Anteil vom Gewinn (in %)
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0		
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0		

**2021:**

Unternehmenskategorie	Summe an Finanzmitteln (in €)	Anteil vom Umsatz (in %)	Anteil vom Gewinn (in %)
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0		
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0		

Im Berichtszeitraum habe ich keine Finanzmittel weitergegeben.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Unterstützung eines Hofes

Im Jahr 2021 habe ich mein Wissen mit tatkräftiger Unterstützung an ein bekanntes Ehepaar zur Verfügung gestellt, das dabei ist einen Hof



aufzubauen. In 2022 und 2023 konnte ich dies aus persönlichen Gründen nicht fortsetzen.

**Verbesserungspotenziale/Ziele: -**

Großzügigkeit

Durch die Bilanz wird mir deutlich, dass ich in diesem Bereich noch aktiver sein kann. Folgende Maßnahmen nehme ich mir vor:  
intensiveren Kontakt zu Kooperationspartnern, Dokumentation von Weitergabe von Aufträgen an andere Unternehmer

D2.2 Negativ-Aspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

**Berichtsfrage**

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

Ja

**Berichtsantwort**

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

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -**

**Verbesserungspotenziale/Ziele: -**



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

### D3.1 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

#### **Berichtsfragen**

- Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen?
- Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert?
- Wie sind Konsistenz, Effizienz und Suffizienz im Geschäftsmodell verankert?
- Durch welche Strategien und Maßnahmen wird maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?
- Wie wird die maßvolle Nutzung in der Kommunikation mit Kund\*innen gefördert?

#### **Berichtsantwort**

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

Ich gehe davon aus, dass meine Leistungen als Aufräumcoach und Erzählerin eine ökologische Nutzenerhöhung haben. Als Aufräumcoach verweise ich meine Kunden auf Anbieter, die Kreislaufwirtschaft, Recycling, Reparaturen anbieten. Hier der Link zu meiner Webseite, wo unter FAQ-Links zu Anbietern in Berlin aufgelistet sind, die der Kreislaufwirtschaft dienen. <https://www.das-aufraeumfest.com/aufraeumcoaching-faqs-tipps/>



Durch die Beratung wächst bei meinen Kund\*innen im besten Fall ein größeres Umweltbewußtsein und ein aktiveres Handeln. Es ist die Kunst des Beratens, das die Kund\*innen in Berührung mit den Auswirkungen Ihres Handelns kommen und dann aus einer inneren Einsicht heraus, Ihr Verhalten hinterfragen und stückweise verändern. Methoden wie unter Druck setzen, schlechtes Gewissen erzeugen gehören nicht zu meiner Arbeitsweise als Beraterin.

Als Erzählerin biete ich meinen Zuhörern Geschichten zum Wald, Tieren etc. an. Hierdurch wird im besten Fall eine Neugierde für die anderen Lebewesen auf unserem Planeten geweckt. Mythologische Stoffe zeigen gute Handlungsstrategien für das eigene Handeln auf.

Die Reisen haben bei meinen Tätigkeiten die größten ökologischen Auswirkungen. Um zu meinen Kunden zu fahren, nutze ich die BVG und DB.

- **2022** alle vor- und nachgelagerten Transporte (DHL, Amazon) 16 Einkäufe Amazon, Antiquariat 16 x 400 km (Schätzung) Pkw Diesel mittel = **6.400 km - CO2e Verbrauch 1.175,87 kg** - 7,8 g CO2 pro 1€ Umsatz
- **2021** alle vor- und nachgelagerten Transporte (DHL, Amazon) 9 Einkäufe Antiquariat, Amazon 9 x 400 km (Schätzung) Pkw-Diesel mittel =
- **3.600km - CO2e Verbrauch 661,43 kg** - 4,14 g CO2 pro 1€ Umsatz
- **2022** Geschäftsreisen DB, BVG Personenzug Diesel Fernverkehr (Schätzung) **6.704 km - CO2e Verbrauch 293,97 kg** - 1,95 g CO2 pro 1€ Umsatz
- **2021** Geschäftsreisen DB, BVG Personenzug Diesel Fernverkehr (Schätzung) **7.842 km - CO2e Verbrauch 343,87 kg** - 2,15g CO2 pro 1€ Umsatz

Für die Vor- und Nacharbeiten meiner Berater- und Erzählertätigkeit nutze ich mein Arbeitszimmer, verbrauche Strom, Wasser, produziere Abfall und nutze das Internet und Mobilphone.



Seit Beginn meiner Tätigkeit im Jahr 2018 strebe ich ein papierloses Büro an. Der Verbrauch an Papier und Toner ist gering.

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

Enge Zusammenarbeit mit den Kunden hinsichtlich der Entsorgung der ausrangierten Dinge bei den Kunden. Ich gebe Anregungen zum papierlosen Büro.

Wie sind Konsistenz, Effizienz und Suffizienz im Geschäftsmodell verankert?

Meine Kundenreisen und privaten Reisen versuche ich so abzustimmen, das so wenig wie möglich die Transportmittel genutzt werden. Meine Rechnungen erstelle ich online und versende diese auch online an die Kunden. So weit möglich und sinnvoll erfolgt meine Beratung online.

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

Bei meiner Tätigkeit als Aufräumcoach ist der maßvolle Konsum ein Teil meiner Beratung und das ich mich am Ende die Kunden nicht mehr benötigen und selbst Ihre Struktur gut leben können.

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

Durch das Erzählen von eigenen Erfahrungen, falls gewünscht.

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

#### Aufrüsten eines Notfall Laptops

Im Jahr 2022 habe ich meinen Notfall Laptop von einem IT-Berater updaten lassen und es wurde der Speicherplatz vergrößert. Jetzt ist er noch ca. 2 Jahre nutzbar.



## **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

### Nachweise aufzeichnen

Für die Zukunft werde ich versuchen, Nachweise über Suffizienz aufzuheben.

### D3.2 Negativ-Aspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

#### **Berichtsfrage**

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

Ja

#### **Berichtsantwort**

Hiermit bestätige ich, dass es keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen gibt.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -**

**Verbesserungspotenziale/Ziele: -**

## D4 Kund\*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

### D4.1 Kund\*innenmitwirkung und Produkttransparenz

#### **Berichtsfragen**

- Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kund\*innen eingeräumt, und wie wird darüber kommuniziert?
- Werden Impulse von Kund\*innen zur sozial-ökologischen Verbesserung der Produkte und Dienstleistungen aufgenommen?



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

### **Berichtsantwort**

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

Vom Erstgespräch an, bin ich in enger Abstimmung mit dem Kunden\*innen. Erfrage seine Wünsche, mache ihm Angebote, Kläre den Umfang des Auftrages und die Details. Mein Ziel als Aufräumcoach ist es, die Entwicklung von Fähigkeiten und Verantwortung in dem Bereichen Struktur und Ordnung bei meinen Kunden\*innen zu fördern. Ich frage nach Feedback, bzw. Referenzen und versuche diese in meiner Arbeit zu berücksichtigen.

Meine Verträge sind ohne feste Terminbindung. Das hat für den Kunden\*innen den Vorteil, dass er jederzeit den Auftrag beenden kann.

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

Ab und an erhalte ich Hinweise von Kunden\*innen zur ökologischen Entsorgung der ausrangierten Dinge. Diese nehme ich dankbar an.

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

Auf meiner Webseite [www.das-aufraeumfest.com](http://www.das-aufraeumfest.com) sind Preise zu Vorträgen und hypnotherapeutischer Kommunikation ausgewiesen. Zu den Dienstleistungen Aufräumcoach, Erzählerin, Workshops und Erbschaftsbegleitung teile ich den Kunden die Preise im persönlichen Gespräch mit. Die Preise variieren je nach Komplexität und Umfang der Arbeit.



## Verifizierungsindikatoren

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

**2022:** 0

**2021:** 0

Kunden machen mich ab und an auf ökologische Entsorgungsmöglichkeiten in Berlin aufmerksam. Keine Notizen dazu vorhanden.

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

**2022:** 0 %

**2021:** 0 %

Ich habe nur Dienstleistungen. Ab und an verkaufe ich einen Vorsorgeordner. (Stehordner mit laminierten Einlagen) Inhaltsstoffe unbekannt, da von einer Kooperationspartnerin eingekauft.

2021 Verkäufe: 0,00

2022 Verkäufe: 7 Ordner und 2 Einlagen zu 97,42€

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

**2022:** 1,1 %

**2021:** 4,7 %

Preise zu folgenden Dienstleistungen habe ich auf meiner Webseite: Vorträge, hypnotherapeutische Kommunikation

Umsätze 2021: Vortrag 140€, Hypno. Kommu. 624,75€ Summe 764,75€ / 15.951€ = 4,7 %



Umsätze 2022: Vortrag 0€, Hypno. kommu. 178,50€ / 15.048€ = 1,1 %

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Preistransparenz

Ab ca. 2021 habe ich Preise für die Bereiche Vorträge und hypnotherapeutischer Kommunikation auf meiner Webseite veröffentlicht.

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Preistransparenz

Ich werde prüfen, für welche meiner Dienstleistungen ich den Preis auf meiner Webseite veröffentlichen kann.

D4.2 Negativ-Aspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

**Berichtsfrage**

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

Ja

**Berichtsantwort**

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

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -**

**Verbesserungspotenziale/Ziele: -**



## E Gesellschaftliches Umfeld

### E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

#### E1.1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

##### **Berichtsfragen**

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

##### **Berichtsantwort**

Welche der neun Grundbedürfnisse (siehe weiterführende Informationen) erfüllen die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens?

1. Lebenserhaltung/ Gesundheit/ Wohlbefinden
2. Schutz/ Sicherheit
3. Zuneigung/ Liebe
4. Verstehen/ Einfühlung
5. Teilnehmen/ Geborgenheit



6. Muße/ Erholung
7. Kreatives Schaffen
8. Identität/ Sinn
9. Freiheit/ Autonomie

1a. Als Aufräumcoach und Beraterin für Büroorganisation erfüllt meine Dienstleistung die Bedürfnisse der Kunden nach Wohlbefinden, Gesundheit, Lebensgestaltung, Teilnahme am sozialen Umfeld, Freiheit und Autonomie. Zum Beispiel zahlen durch die neue erarbeitete Struktur, die Kunden Ihre Steuern pünktlich, vermeiden Zusatzkosten wie Mahngebühren, Streß. Ein unsachgemäßer Umgang mit Formularen und Behörden kann Geld und Zeit kosten. Menschen die mit der Bürokratie und dem Finanzamt selbstbewußt umgehen können, sprechen und verhandeln anders mit den Behörden, sind kompetente Ansprechpartner, was die Behörde zu schätzen weiß. Vor dem Coaching reagieren die Kunden auf die Ereignisse von außen, nach dem Coaching gestalten sie sich ihr Arbeitsumfeld selber. Mein Wissen als Steuerfachwirtin fließt in die Beratung mit ein, das hilft, das die Kunden die Materie und die Denkweise der Behörden besser verstehen können.

1b. Als Erzählerin erfüllt meine Dienstleistung das Bedürfnis der Kunden nach Muße, Erholung, kreative Anregungen. Ich biete Erzählspaziergänge für Familien im Wald an, das fördert den Bezug zur Natur im Kiez und ein Wiederentdecken des eigenen Umfeldes. Die Angebote hänge ich zum Beispiel in der Touristeninformation in Köpenick aus, wodurch nicht nur meine Kunden in den Wald gelockt werden. Durch das Geschichten erzählen erreiche ich Menschen, die nie meine Aufräumkunden werden würden.

Welche der Produkte und Dienstleistungen sind Luxusprodukte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenschädliche Produkte des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können?

2a. Aufräumhilfe als Statussymbol (ich kann es mir leisten), gibt es ab und an, weil diese Menschen sich nicht mit dieser Materie



auseinandersetzen **möchten**. Es gibt Menschen, die brauchen ständig eine Aufräumhilfe, weil sie sich nicht darin einarbeiten **können**. Durch die Arbeit mit den Kunden kann ich relativ schnell erkennen ob es am wollen oder können liegt und verabschiede mich von denen, die es nicht lernen wollen.

2b. Geschichten als Konsumangebot, gibt es eher selten bei mir. Durch die Auswahl der Geschichten, die ich erzähle, werden die Menschen berührt, erheitert, nachdenklich gestimmt und lernen manchmal etwas dazu.

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

3a. Das Aufräumcoaching hilft Ängste zu überwinden. Die Kunden erleben, dass sie nicht mehr von anderen abhängig sind und nun genug Wissen haben, um eigenständige Entscheidungen in Bezug auf Behörden treffen können. Aufgeräumte und strukturierte Räume bilden das Back office für die Hauptarbeit des Kunden, ermöglichen Freizeit und Freiräume im Kopf.

3b. Weisheitsgeschichten können Inspirationen liefern, zum Beispiel dazu anregen, über eigene Verhaltensweisen nachzudenken und vielleicht diese zu verändern. In den meisten Märchen und Weisheitsgeschichten stecken Lösungen drinn. Die Kunst ist es, diese als Anregung zu sehen und eigene passende Lösungen für das jeweilige Problem zu finden.

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

4a UN-Ziel 3 und 11- gesundes Leben und Wohlergehen fördern / Städte nachhaltig gestalten. Als Aufräumcoach unterstütze ich die Kunden in der fachgerechten Entsorgung der aussortierten Dinge, um in einer sauberen Wohnung bzw. Büro zu leben bzw. zu arbeiten. Beim



Aufräumprozeß kommt im Besten Fall die Einsicht, das weniger mehr ist. Es findet ein Lernprozess durch Aufräumen statt, Dinge mehr wertschätzen und bewusster einzukaufen. Ich rege dazu an, in Beziehung mit den eigenen Dingen zu gehen, statt diese achtlos in der Ecke liegen zu lassen, das führt zu weniger Abfall.

4b. UN-Ziel 15 und 16 - Leben an Land / Frieden Die Geschichten die ich erzähle, sind Anregungen sich mit der Natur zu verbinden, diese wertzuschätzen und mehr Zeit in der Natur zu verbringen. Zum Beispiel regen meine Erzählspaziergänge dazu an, mit Freunden und Familien gemeinsame Zeit zu verbringen und Bäume als Freunde wieder zu entdecken. Es gibt wunderbare Geschichten über kreative Konfliktlösungen, die zu einem Frieden führen. Geschichten erzähle ich um lachen, weinen, Bezugspunkte zum eigenen Leben zu entdecken und die Sehnsucht in meinen Zuhörern zu wecken, sich auf den Weg zu machen. Ich lade dazu ein, dass Zuhörer, wenn sie möchten, selber Anekdoten erzählen.

### Verifizierungsindikatoren

Anteil in % des Gesamtumsatzes für erfüllte Grundbedürfnisse

**2022:** 90 %

**2021:** 90 %

Gesundheit, Wohlbefinden, Verstehen, Einfühlung, Teilhabe, Autonomie, Struktur, Ordnung, Kreativität, Genuß und Anregungen sind menschlichen Grundbedürfnisse, die durch meine Arbeit erfüllt werden. Diese Umsätze beziehen sich nur auf das Aufräumcoaching. Umsätze als Erzähler folgen in 2023.



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

**2022:** 10 %

**2021:** 10 %

Ab und an habe ich einen Kunden, den ich solange unterstütze, bis er eine Entscheidung trifft, dass er aus welchen Gründen auch immer, er dieses Thema nicht lernen möchte und sich für eine andere Lösung (Putzfrau) entscheidet.

### Anteil in % des Gesamtumsatzes für Entwicklung der Menschen

**2022:** 80 %

**2021:** 80 %

Mein Ziel ist es, dass ich die Kunden nur so lange begleite, bis sie ihre eigene Struktur und Ordnung gefunden haben und leben können.

### Anteil in % des Gesamtumsatzes für Entwicklung der Erde/ Biosphäre

**2022:** 20 %

**2021:** 20 %

umweltgerechte Abfallentsorgung der Kunden organisieren

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

**2022:** 50 %

**2021:** 50 %

UN-Ziele 3, 11, Erläuterung siehe oben unter Punkt 4a, der Ansatz der 50% beruht darauf, dass mein Umsatz als Aufräumcoach mehr auf der Entwicklung des Menschen im Einzelnen beruht, als direkt auf gesellschaftliche und ökologische Probleme.



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

**2022:** 90 %

**2021:** 90 %

Mein Umsatz als Aufräumcoach hat mehrere Nutzen für meine Kunden: Wohlbefinden, Klarheit, Struktur, Übersicht, Selbstvertrauen, Wissen. Wenn sich meine Kunden weiterentwickeln, dann hat das einen positiven Aspekt auf Ihre Umgebung. z.B. pünktliche Steuerzahlungen - weniger Arbeit für das Finanzamt

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

**2022:** 10 %

**2021:** 10 %

Diese Schätzung bezieht sich auf die Kunden, die ich ab und an begleite, bis sie bemerken, dass sie dieses Thema nicht lernen möchten. siehe Status

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

**2022:** 0 %

**2021:** 0 %

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

#### Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt E1.1

Im Jahr 2021 habe ich mein Unternehmen um die Sparte des freien Erzählens vergrößert, weil ich bemerkt habe, dass ich mit gut erzählten und zum Kontext passenden Geschichten, mitunter mehr bewirke als mit Coachingarbeit. Im Jahr 2023 habe ich die ersten Umsätze mit dem Erzählen erzielt.



Durch das Geschichten erzählen erreiche ich viel mehr Menschen, die nie meine Kunden werden würden.

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Verbesserungspotenzial gibt es bei der Auswahl meiner Aufräumkunden und der Auswahl meiner Geschichten, die ich erzähle. Weiterhin könnte ich mehr die Erdcharta und UN-Ziele bei meiner Tätigkeit im Blick behalten.

### Waldspaziergänge

Das Angebot an Waldspaziergängen weiter ausdehnen, um mehr Menschen die Möglichkeit zu geben, mit der Natur und ihren Geschichten in Kontakt zu kommen, ein Miteinander zwischen Menschen und Natur zu fördern, zum Wohle aller Beteiligten. Nichtkunden sind Nachbarn, Touristen, Besucher, Tiere, Pflanzen

## E1.2 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

### **Berichtsfrage**

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

Ja

### **Berichtsantwort**

Ich kann bestätigen, dass direkt keine menschen- und naturunwürdigen Dienstleistungen verkauft wurden.

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

#### Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt E1.2

Ich prüfe die Geschichten, die ich erzähle, ob sie diskriminierend, menschenunwürdig, Naturschädigend, Freiheitseinschränkend sind.



Im Umgang mit den Kunden berücksichtige ich die oben aufgeführten Kriterien. Bei Anfragen die in diese Richtung gehen könnten, gehe ich in den Dialog mit den Kunden und frage nach.

**Verbesserungspotenziale/Ziele: -**

## E2 Beitrag zum Gemeinwesen

### E2.1 Beitrag zum Gemeinwesen

#### **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?
- Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet? Worin besteht der Eigennutzen an diesen Aktivitäten?
- Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens?
- Wie stellt das Unternehmen sicher, dass illegitime Steuervermeidung oder Korruption und negativer Lobbyismus nicht begünstigt bzw. verhindert werden?

#### **Berichtsantwort**

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?



Ich zahle Sozialbeiträge in folgendem Umfang:

	2021	2022	
Gesamtumsatz	15.951 €	15.048 €	
Lohnsteuer und SV-Beiträge	286 €	996 €	
Gesamtjahresarbeitszeit	191 h	179 h	
Gewinn vor Steuern	5.978 €	4.999 €	
Vollzeitäquivalent	1	1	
Nettoabgabenquote	1,49%	6,61%	

Es wurde im Berichtszeitraum 2021 272€ und in 2022 362€ an Spenden aufgewendet, ohne direkten Eigennutzen.

Ich unternehme keine Steuervermeidungspraktiken, arbeite mit der Software Lexoffice und bin als Steuerfachwirtin in der Lage meine Steuererklärung und Buchhaltung korrekt selber zu erstellen.

Es existiert keine Strategie zur Vermeidung von negativem Lobbyismus oder illegitimer Steuervermeidung.

Ich zahle Einkommensteuer und habe keine Förderungen erhalten.

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

Einmal im Jahr halte ich kostenlos im Auftrag des Bezirksamt Treptow-Köpenick einen 1,5-stündigen Online Vortrag zum Thema Buchführung oder Büroorganisation. Das BZA bietet diesen Vortrag kostenlos für Gründer an. Der Eigennutzen ist, einmal im Jahr vom BZA zu Unternehmer Veranstaltungen eingeladen zu werden. Dort kann ich Kontakte im Kiez knüpfen.



Seit 2023 biete ich Erzählspaziergänge im Wald an. Eintritt zahlen nur Erwachsene für Kinder, Jugendliche und Bürgergeldler ist die Teilnahme kostenlos. Die Vorarbeiten dazu fanden im Jahr 2022 statt. Im Jahr 2022 habe ich 3 kostenlose Veranstaltungen durchgeführt. Der Eigennutzen bestand darin, eine Testphase zu durchlaufen und Erfahrungen als Erzählerin zu sammeln.

Ab und an ehrenamtliche Arbeit im Hospiz, als Sitzwache. Eigennutzen sehe ich bei einer Sitzwache keinen. Die Sitzwache ist eine Entlastung für die Angehörigen der Sterbenden und ich stehe als Ansprechpartner zur Verfügung. Die Sitzwache ermöglicht, dass die Sterbenden nicht alleine sind auf ihrem letzten Gang. Manchmal erzähle ich Geschichten oder musiziere für die Sterbenden.

Seit 2022 wässere ich den Vorgarten und 9 Straßenbäume vor dem Haus während der Hitzezeit. Der Eigennutzen besteht darin, dass ich die Bäume als Schattenspender für meine Wohnung gerne am Leben erhalten möchte.

Bei meinen Waldspaziergängen sammle ich Müll ein. Der Eigennutzen ist, dass ich mich in einem saubereren Wald wohler fühle. Die anderen Spaziergänger sehen das ich Müll sammle und im Laufe der 10 Jahre wo ich dies tue, ist der Wald merklich sauberer geworden.

Seit 2012 pflege ich 3 Beete des Gemeinschaftsgartens, weil ich Freude am Gärtnern habe.

Jedes Jahr leiste ich Spenden in Höhe von ca. 300€.

### Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens?

Die online Vorträge bieten Gründer/innen die Möglichkeit Wissen zu erwerben für eine erfolgreiche Gründung.

Die kostenlose Teilnahme für Kinder, Jugendliche und Bürgergeldler ermöglicht Ihnen den Zugang zu meiner Veranstaltung. Diese bringt Ihnen Teilhabe, Erholung, Spaß, Bewegung und frische Luft.



Der Einsatz von Musik und Geschichten je nach Bedarf bei der Tätigkeit als Sitzwache, erfreut die Sterbenden.

Ein Wald ohne Müll erfreut Mensch, Tier und Pflanzen.

Die Spenden ermöglichen den Vereinen Ihren Satzungen nachzugehen.

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

durch Achtsamkeit, Zuhören und Nachfragen, wenn mir Dinge seltsam erscheinen. Angebote an Schwarzarbeit lehne ich strikt ab. Ich schreibe zu jeder meiner Leistungen eine Rechnung und trage diese in meiner Buchführung ein.

### Verifizierungsindikatoren

#### Erlöse

**2022:** 15.048 €

**2021:** 15.951 €

Betriebseinnahmen gesamt inkl. USt siehe oben

Umsatz ohne Ust 2021 13.399€ und im Jahr 2022 12.645€ beide Jahre ohne Umsatz als Erzähler, diese folgen in 2023. Hier waren nur Vorarbeiten zum Erlernen des Berufes.

#### Abgaben

**2022:** 996 €

**2021:** 286 €

Diese Einkommensteuer entfällt nur auf das Unternehmen. Da ich noch andere Einkünfte erziele, ist die Est, die auf das Unternehmen entfällt im Jahr 2022 (525€) höher als im Jahr 2021 (286€). KV-Zusatzbeiträge aufgrund von Nebenerwerb gab es in 2021 nicht, erst ab Juli 2022 in Höhe von insgesamt 471€.



### Subventionen

**2022:** 0 €

**2021:** 0 €

### Wertschöpfung

**2022:** 15.016 €

**2021:** 15.951 €

Im Jahr 2021 gab es keine Abschreibungen.

Nettoumsatz ohne USt 2021 13.399€ und im Jahr 2022 12.645€  
abzüglich Afa 32€

### Netto-Abgabenquote

**2022:** 1,49 %

**2021:** 6,61 %

Berechnung: 2021:  $286 / 15.951 * 100 = 1,79\%$

Berechnung 2022:  $996 / 15.016 * 100 = 6,61\%$

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

**2022:** 10 %

**2021:** 5 %

ca. 3 Sitzwachen im Jahr Zeitaufwand je Sitzwache 3 Stunden = 9  
Stunden, Stundensatz 80€ = 720€

seit 2022 gieße ich in Hitzezeiten 9 Straßenbäume und den Vorgarten  
vor dem Haus, Zeitaufwand ca. 10 Stunden, Stundensatz 80€ = 800€

2021 1,5 h + 2022 1,5 h kostenlosen Online Vortrag für BZA für  
Gründer\*innen, Stundensatz 80€, ergibt je Jahr 120€



2021:  $720\text{€}+120\text{€}=840\text{€}/15.915\text{€}=5,27\%$

2022:  $720\text{€}+120\text{€}+800\text{€}=1640\text{€}/15.048\text{€}=10,89\%$

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

**2022:** 11 %

**2021:** 5 %

ca. 3 Sitzwachen im Jahr Zeitaufwand je Sitzwache 3 Stunden = 9 Stunden

seit 2022 gieße ich in Hitzezeiten 9 Straßenbäume und den Vorgarten vor dem Haus, Zeitaufwand ca. 10 Stunden

jedes Jahr 1,5 h kostenlosen Online Vortrag für BZA für Gründer\*innen

2021:  $9+1,5 = 10,5 \text{ h} / 191 \text{ h} = 5,49\%$

2022:  $9+1,5+10 = 20,5 \text{ h} / 179 \text{ h} = 11,45\%$

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt E2.1

Versuche mir Zeit für die online Vorträge bei BZA, für die Sitzwachen und das Wässern der Bäume freizuhalten und weiterzuführen. Ist beides in der obigen Berechnung enthalten.

Müll sammeln im Wald bleibt weiter Thema, habe ich oben nicht mit berechnet.

Pflege der Beete ist geblieben und ist nicht einberechnet.

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Spende eines Erzählspazierganges am 23.9.23 im Hospiz zur 25. Geburtstagsfeier, Wert 100€

online Vortrag für Gründer kostenlos für BZA am 14.11.2023 1,5 h



## E2.2 Negativ-Aspekt: 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?

Ja

### **Berichtsantwort**

Ich bestätige, dass ich keine Steuervermeidung betreibe. Als Steuerfachwirtin gehört das für mich zur Berufsehre.

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

#### Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt E2.2

Meinen Kunden erkläre ich regelmäßig, welche Instrumente sie haben, um sie Ihre Steuern offiziell zu gestalten.

### **Verbesserungspotenziale/Ziele: -**

## E2.3 Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention

### **Berichtsfrage**

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es selbst keine korruptionsfördernden Praktiken betreibt und dass sämtliche Lobbying-Aktivitäten offengelegt wurden?

Ja

### **Berichtsantwort**

Ich bestätige, dass ich keine Korruption betreibe.



## **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

### Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt E2.3

Ich achte darauf, dass ich keine zu großen Geschenke verteile und auch nicht annehme.

### **Verbesserungspotenziale/Ziele: -**

## E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

### E3.1 Reduktion ökologischer Auswirkungen

#### **Berichtsfragen**

- Welche negativen Umweltwirkungen in Bezug auf Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse?
- Welche Daten zu den wesentlichen Umweltwirkungen (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?
- Wie werden Umweltdaten veröffentlicht?

#### **Berichtsantwort**

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

Für die Vor- und Nacharbeiten meiner Berater- und Erzählertätigkeit nutze ich mein Arbeitszimmer, verbrauche Strom, Wasser, produziere Abfall und nutze das Internet und Mobilphone.

Um zu meinen Kunden zu fahren, nutze ich die BVG und DB.

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

Betriebskostenabrechnung der Wohnung für den Verbrauch des Arbeitszimmers.



## Wie werden Umweltdaten veröffentlicht?

Bisher noch nicht.

## Verifizierungsindikatoren

### Relevante Umweltkonten des Unternehmens

#### 2022:

Bei den Werten in der Tabelle handelt es sich um Schätzwerte. Die Daten für Strom und Heizung wurden aus den Abrechnungen entnommen.

Verbrauch	Gesamtverbrauch	CO2e		CO2e / 1 € Umsatz
Klimawirksame Gase (CO2e)				
alle vor- und nachgelagerten Transporte (DHL, Amazon) 16 Einkäufe pro Jahr Amazon, Antiquariate 16 x 400km (schätzung) Pkw Diesel mittel	6400 km	1.175,87 kg		7,8 g
Geschäftsreisen DB, BVG Personenzug Diesel Fernverkehr	6704 km	293,97kg		1,95 g
Stromverbrauch 1270 kwh Anteil AZ 7% erneuerbare Energie 100% Lichtblick Anteil 50% für Selbstständigkeit von 89 kWh	45 kWh	0,00 kg		0,00 g



Heizenergie-, Warmwasserverbrauch 1.070 m <sup>3</sup> Anteil AZ 7% Anteil 50% von 75kWh	38 kWh	11,00kg		0,139 g
Trinkwasser Schätzung 25l pro Tag x 2 AT 40 Wochen abzüglich Urlaub 2.000 l	2 m <sup>3</sup>	0,0 kg		<0,1 g
Abwasser Schätzung 25 l pro Tag x 80 Tage	2 m <sup>3</sup>	0,0 kg		<0,1 g
Hausmüll Schätzung 3 kg pro Woche x 40 (abzgl Urlaub) Anteil AZ 7% Anteil 50%	4,2 kg	11,06 kg		<0,1 g
Kunststoffabfall Schätzung 1 kg pro Woche x 40 Anteil AZ 7% Anteil 50% Polyethylen	1,4 kg	1,62 kg		<0,1 g
Papier/Pappe Müll Schätzung 1 kg pro Woche x 40 Anteil AZ 7% Anteil 50%	1,4 kg	0,05 kg		<0,1 g
Chemikalienverbrauch	-	-	-	-
Papierverbrauch Schätzung gebleicht	1,5 kg	2,01 kg		<0,1 g
Druckertinte/Toner Schätzung	0,5 kg	-	-	<0,1 g
Kunstlichteinsatz	-	-	-	-
Schadstoffemissionen	-	-	-	-

**2021:**



<b>Verbrauch</b>	<b>Gesamtverbrauch</b>	<b>CO2e</b>		<b>CO2e / 1 € Umsatz</b>
Klimawirksame Gase (CO2e)				
alle vor- und nachgelagerten Transporte (DHL, Amazon) 9 Einkäufe Antiquariat, Amazon 9 x 400 km (Schätzung)	3600 km	661,43 kg		4,14 g
Geschäftsreisen mit DB, BVG Annahme Strom	7842 km	343,87 kg		2,15 g
Stromverbrauch 1.324 kWh Anteil AZ 7% 100% erneuerbare Energien von Lichtblick	93 kWh	0,00kg		0,00 g
Heizenergieverbrauch + Warmwasser 2232,3 m <sup>3</sup> Anteil AZ 7%	156 m <sup>3</sup>	43,68kg		0,029 g
Trinkwasserverbrauch Schätzung 25 l pro Tag x 300 Tage	7,5 m <sup>3</sup>	0,0 kg		< 0,1 g
Abwasser Schätzung 25 l pro Tag x 300 Tage	7,5 m <sup>3</sup>	0,0 kg		< 0,1 g
Hausmüll Schätzung 3 kg pro Woche x 42 Anteil AZ 7%	8,8 kg	3,23 kg		< 0,1 g
Kunststoffabfall Schätzung 1kg pro	3,64 kg	4,22 kg		< 0,1 g



Woche x 52 Anteil AZ 7%				
Papier/Pappe Müll Schätzung 1 kg pro Woche x 52 Anteil AZ 7% (schätzung)	3,64 kg	0,13 kg		< 0,1 g
Chemikalienverbrauch	-	-		-
Papierverbrauch Schätzung	1,5 kg	2,01 kg		g
Druckertinte/Toner Schätzung	0,5 kg	-	-	<0,1 g
Kunstlichteinsatz	-	-	-	-
Schadstoffemissionen	-	-	-	-

Bei den Werten in der Tabelle handelt es sich um Schätzwerte. Die Daten für Strom und Heizung wurden aus den Abrechnungen entnommen. Die Umrechnung erfolgte mit Hilfe des Tools ecocockpit. Der Anteil wurde wie folgt berechnet. Das AZ wird für meine Anstellung und für meine Selbstständigkeit zu je 50% genutzt. Ansatz ca. 2 Tage die Woche für die Selbstständigkeit (2x40=80 Tage). 40 Wochen, da öfter im Urlaub.

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

#### Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt E3.1

Im Vergleich zu 2021 habe ich weniger Fahrten unternommen. Dafür mehr online einkäufe. Diese sind größtenteils gebrauchte Bücher für meine Erzählertätigkeit.

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Ich bin mir meines Verbrauches bewußt und versuche nur unumgängliche Fahrten zu unternehmen, weniger Papier und Toner zu verbrauchen, sowie die online Einkäufe zu reduzieren.



## E3.2 Negativ-Aspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

### **Berichtsfrage**

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

Ja

### **Berichtsantwort**

Ich bestätige, dass ich gegen keine Umweltauflagen verstoße.

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt E3.2

Ich achte auf Informationen und Neuerungen und versuche diese umzusetzen.

### **Verbesserungspotenziale/Ziele: -**

## E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

### E4.1 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

#### **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)?
- Wie können Bürger\*innen in Dialog treten und gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?
- Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert, und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?



## Berichtsantwort

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)?

Erzählspaziergänge im Wald helfen mit, den Kontakt zur Natur und deren Wesen wieder zu beleben, Kontakt zu anderen Spaziergängern ab und an durch Müll sammeln im Wald oder beim Bäume gießen oder bei anderen Begegnungen

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

Anfrage per Telefon, E-Mail, direkter Kontakt, 2 verschiedene Webseiten [www.das-aufraeumfest.com](http://www.das-aufraeumfest.com) [www.das-erzaehlfest.com](http://www.das-erzaehlfest.com), Social media wie Linked, Xing

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

Es gibt keine Beteiligungsform für gesellschaftliche Gruppen an geschäftlichen Entscheidungen (weder strategisch noch operativ).

## Verifizierungsindikatoren

Veröffentlichung eines Gemeinwohl-Berichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung

**2022:** Nein

**2021:** Nein

Seit 2023 bin ich Mitglied der GWÖ.



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

**2021:**

Mitentscheidungsgrad	Anteil der Mitentscheidung (in %)
0	

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt E4.1

Diverse Gespräche mit Mitmenschen über mein Anliegen als Aufräumcoach und Erzählerin.

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Durch die GWÖ-Bilanzierung erhalte ich neue Ideen und Anregungen, die ich zukünftig mitdenken und so weit es geht umsetzen werde. Excell Tabelle mit Aktivitäten führen

Anfang 2024 wird der GWÖ-Bericht für 2021 und 2022 veröffentlicht.

E4.2 Negativ-Aspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

**Berichtsfrage**

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

Ja

**Berichtsantwort**

Ich erkläre, keine falschen Informationen über das Unternehmen zu verbreiten.



**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt E4.2

Ich passe regelmäßig die Texte meiner Webseite an die Veränderungen in meiner Arbeit an.

**Verbesserungspotenziale/Ziele: -**



## Ausblick

Kurzfristige Ziele: Bankwechsel

Langfristige Ziele: geplante Investitionen tätigen, Umsetzung der einzeln aufgelisteten Maßnahmen

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

## 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)

Nicht relevant bei Einzelunternehmen

Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?

6 Peer Group Termine a 8 Stunden, davon 1 x krank = 40 Stunden

Vor- und Nachbereitung von zu Hause ca. 8 x 6 Stunden = 48 Stunden

Insgesamt ca. 88 Stunden

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert? entfällt

Datum: 25.03.2024



## Anhang

### 1. Anmerkungen zu Angaben im GWB-Rechner

#### **A: Lieferant\*innen**

5 wichtigsten Branchen, aus denen Sie Produkte/Dienstleistungen beziehen

<b>Branche</b>	<b>Ausgaben (in €)</b>
J - Information und Kommunikation	1.378
K - Kredit- und Finanzwesen	751
H - Verkehr und Lagerhaltung	903
M - Freiberufliche, wissenschaftliche und technische Dienstleistungen	495
P - Bildung	2.630
Übrige Lieferanten	956

Kleinmaterial, Porto, Büromaterial, etc. sind oben nicht enthalten und machen einen Betrag von 1.599€ aus.

#### **B: Eigentümer\*innen und Finanzpartner\*innen**

Zugänge zum Anlagevermögen

neue Webseite für Das Erzählfest

Finanzanlagen und Barguthaben

2021 Kontist Bank

2022 fyrst Bank



**C: Mitarbeitende**

**D: Kund\*innen und Mitunternehmen**

**E: Gesellschaftliches Umfeld**

2. Liste der Anlagen und Referenzen

Bezug	Name	Typ	Kommentar
Angaben zu Beginn   Allgemeines zum Unternehmen	2023-10-12_QMS_Leitfaden_Manuela_Höfner_Beratung__Erzählen.pdf	Anlage	
Aspekt E3.1   Reduktion ökologischer Auswirkungen	ecocockpit_Bilanz_Anteil_Selbstständigkeit_2022.pdf	Anlage	

**Weitere Dokumente**

Unternehmenslogo: Logo-Manuela-CMYK\_2.jpg

GWÖ-Mitgliedschaft:

GWÖ\_DE\_Mitgliedsbestätigung\_Personen\_Manuela\_Höfner.pdf