

Gemeinwohlbericht Kompaktbilanz

Freiburg Institut

2020

Erstellt von Peter Behrendt,
Gründer und inhabender Geschäftsführer

4.11.2020-12.03.2021

Hilfen zur Berichtserstellung

zertifizierte GWÖ-BeraterInnen: <https://www.ecogood.org/de/gemeinwohl-bilanz/unternehmen/beratungsangebote/>

Beispielberichte / GWÖ-Berichte: <http://balance.ecogood.org/gwoe-berichte>

Arbeitsbuch und Bilanzrechner:

<https://www.ecogood.org/de/gemeinwohl-bilanz/gemeinwohl-matrix/>

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname: Freiburg Institut, Peter Behrendt

Rechtsform: Einzelunternehmen

Eigentums- und Rechtsform: Eigentümer ist Peter Behrendt

Website: www.freiburg-institut.com

Branche: Beratung, Training, Coaching

Firmensitz: Freiburg

Gesamtanzahl der Mitarbeitenden: Jan 2021: 7 feste MA und 5 Studierende

Vollzeitäquivalente: Jan 2021: 4,7 fix plus 1,8 Studierende

Saison- oder Zeitarbeitende: s.o. 5 Studierende mit 1,8 Vollzeitäquivalenten

Umsatz: 2019 852.000,-€; 2020 geschätzt ca. 710.000,-€

Jahresüberschuss: 2019 101.000,-€ (formal 218.000,-€ abzüglich GF-Gehalt); 2020 geschätzt ca. 105.000,-€ (ebenfalls formal entsprechend höher)

Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen: keine Tochtergesellschaften. Das Coachingzentrum Freiburg als Beratenden-Netzwerk gehört als zweiter Betrieb ebenfalls zum Einzelunternehmen von Peter Behrendt (s. Kurzpräsentation des Unternehmens).

Berichtszeitraum: 2019-2020

Kurzpräsentation des Unternehmens

Das Freiburg Institut ist ein kleines Beratungs- und Forschungsinstitut, das seit 2012 Forschung betreibt und seit 2013 Dienstleistungen am Markt anbietet. Das Institut wurde von Peter Behrendt gegründet und bis heute als Geschäftsführendem geführt. Seine Kunden sind vorwiegend regionale mittelständische Organisationen und Unternehmen, öffentliche Arbeitsvermittlungsstellen der Schweiz (incl. dem Schweizer Wirtschaftsministerium) und einzelne deutsche Großunternehmen.

Wir untersuchen ob und beweisen, dass Menschen den entscheidenden Unterschied machen. Dafür schauen wir sehr genau hin, was den wesentlichen Unterschied macht. Zusammen mit einem starken Netzwerk helfen wir Menschen, Teams und Organisationen zu einem fruchtbareren und erfolgreicheren Leben und Arbeiten. Unsere Expertise liegt auf der Entwicklung von entwicklungsförderlichem Coaching, sowie erfolgreicher Führung, Beratung, Innovation und Kundenberatung. Dabei leben wir die Werte, die wir vermitteln, selbst – nach Außen und Innen: positiven Drive, vertrauensvolle Partnerschaften und gemeinsamen Fokus auf das Wesentliche - die Essenz dessen, was sich in unseren wissenschaftlichen Studien als erfolgswirksam herausgestellt hat: die Freiburger Erfolgsfaktoren.

Das Freiburg Institut ist über das Coachingzentrum Freiburg zu einigen anderen Beratenden und regionalen Unternehmen persönlich eng verbunden. Aus diesem Netzwerk bezieht das Freiburg Institut Dienstleistungen von Netzwerk-Lieferanten

sowie Aufträgen von Netzwerk-Kunden - z.T. von den gleichen Beratenden / Organisationen in beiden Rollen.

Verbindung zum zweiten Betrieb des Einzelunternehmens, dem

Coachingzentrum: Freiburg Institut und Coachingzentrum sind wirtschaftlich eng miteinander verbunden, da das Freiburg Institut und seine Mitarbeitenden Mitglieder im Coachingzentrum sind und damit ca. ein Viertel der Mitglieder und einen entsprechenden Anteil an den Umsätzen des Coachingzentrums stellen. Dementsprechend bezieht das Freiburg Institut einige zentrale Dienstleistungen im Bereich Marketing, Büroorganisation und -ausstattung vollständig über das Coachingzentrum.

Verbindung zur Freiburg Hub GbR: Die Freiburg Hub GbR vermietet den Coworking Space in der Ellen-Gottlieb-Str. 7 an das Coachingzentrum und dessen Mitglieder, so auch an das Freiburg Institut. Es stellt neben dem Mietobjekt auch den Strom und die komplette Einrichtung. Die GbR hat vier Gesellschafter, darunter ein weiteres Mitglied des Coachingzentrums, sowie Theresa Behrendt-Zingerle, die Frau des Geschäftsführers des Freiburg Institut, die 50% der Gesellschaftsanteile hält.

Da die wirtschaftlichen und persönlichen Verbindungen zu diesen beiden Unternehmen sehr eng sind, werden diese im Folgenden bei der Bewertung der Kriterien immer auch mit betrachtet.

Zudem bestehen einige personelle Überschneidungen und auch einzelne Projekt-Kooperationen zum Verein allwedo, **Allianz für werte-orientierte Demokratie e.V.**. Einige Mitglieder des Coachingzentrum und Mitarbeitende des Freiburg Instituts engagieren sich dort ehrenamtlich. 2020 gab es auch zwei Projekt-Kooperationen mit dem Verein.

Produkte / Dienstleistungen

Für unsere Mission bieten wir Organisationen speziell auf Ihre Situation zugeschnittene:

- Fundierte Trainings, Coachings, Moderationen und Organisationsberatungen: Sie erlernen die nachgewiesenen erfolgsrelevanten Verhaltensweisen und etablieren diese in Ihrem Organisationsalltag.
- Video-basierte Erfolgsprofile: Sie erhalten detailliertes, konkretes Feedback, wie Sie Ihr Verhalten noch stärker auf Erfolg ausrichten können.
- Wissenschaftliche Evaluationen: Wir untersuchen die Wirkung Ihrer

Programme mit wissenschaftlichen Methoden und messen uns an objektiven Erfolgskennzahlen.

Der Anteil dieser Produkte am Umsatz schwankt sehr stark von Jahr zu Jahr und ist stark geprägt von einzelnen Großprojekten. In den letzten beiden Jahren war der Anteil der video-basierten Erfolgsprofile deutlich niedriger und der Anteil an Organisationsberatungen hat stark zugenommen. In 2020 stammte über 2/3 des Umsatzes aus einem Großprojekt mit dem Schweizer Wirtschaftsministerium, das alle drei Produktgruppen beinhaltet: eine groß angelegte nationale Evaluation von Trainings und Coachings mittels video-basierter Erfolgsprofile im Bereich der Arbeitsvermittlung. 2019 trug dieses Projekt noch ca. 1/3 des Umsatzes bei, ein zweites Drittel des Umsatzes kam von einem vergleichbaren Projekt mit der Allianz Deutschland im Bereich des telefonischen Kundenservice.

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Das Freiburg Institut orientiert sich an den Prinzipien des Verantwortungseigentums und reinvestiert Gewinne dementsprechend in diese Mission, anstatt die Gewinne an Eigentümer, Banken oder Finanziere auszuschütten. Als Geschäftsführer ist Peter Behrendt schon länger rund um Themen des Gemeinwohls engagiert. Gleichwohl ist die vorliegende Gemeinwohl-Kompaktbilanz die erste des Unternehmens. Final angestoßen wurde diese dadurch, dass das Freiburg Institut und Coachingzentrum Freiburg in 2020 eine Forschungsprojekt zum Thema „Zukunftsfähigkeit von Organisationen“ gestartet hat. In dieser Studie zeigten sich einige zentrale Verbindungen zum Thema und den Prinzipien der Gemeinwohl-Ökonomie.

Peter Behrendt ist Kontaktperson des Unternehmens zum Thema Gemeinwohl-Ökonomie: peter.behrendt@freiburg-institut.com oder 0761-55 72 94 13.

Testat



Zertifikat: Peerevaluation **Gemeinwohl-Bilanz** **Freiburg Institut**
M5.0 Kompaktbilanz **2019-20** **PG-Freibg-2021-01**
Begleiter*in **Gitta Walchner**
Thomas Zimmermann **Beteiligte Peergruppen Firmen**

Gardion UG
Landimmobilien
kuhs architekten

Wert	MIENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berühungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 50 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 50 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 40 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 70 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 70 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 90 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 50 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 10 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 70 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 50 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 60 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 70 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*Innenbeziehungen: 100 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern: 100 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 30 %	D4 Kund*Innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 70 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 70 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 90 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 30 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 40 %

Zertifikat gültig bis:
31. Mai 2023

BILANZSUMME:
610

Mit diesem Zertifikat wird das Peergroup-Ergebnis des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Zertifikat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. ZertifikatID: rqv74

Nähere Informationen zur Matrix und dem Verfahren der Peerevaluation finden Sie auf www.ecogood.org

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche Produkte/Dienstleistungen werden zugekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferant*innen ausgewählt?
 - Der Löwenanteil der zugekauften Dienstleistungen sind Beratungsdienstleistungen von Subdienstleistern in unseren Beratungsprojekten: bis Ende Oktober 2020 ca. 212.000,-€. Diese beziehen wir fast ausschließlich aus einem engen, vertrauensvollen Netzwerk von persönlich gut bekannten Beratern. Meist sind diese ebenfalls Mitglied im Coachingzentrum und Mieter im gleichen Coworking-Space. Mitglieder im Coachingzentrum werden in einem besonderen Auswahlverfahren nach drei zentralen Kriterien ausgewählt: persönliche Passung, methodisch-wissenschaftliche Fundierung und passende Werte-Orientierung, entsprechend den hier vorgestellten Werten des Freiburg Institut und Coachingzentrum Freiburg.
 - Der zweit-größte Posten sind Dienstleistungen vom Coachingzentrum Freiburg sowie der Freiburg Hub GbR, also eng verbundenen Unternehmen, die nach den gleichen Grundprinzipien im Sinne der Gemeinwohl-Ökonomie und des Verantwortungseigentum geführt werden: bis Ende Oktober 2020 ca. 29.000,-€.
 - Der größte Block danach sind Reisekosten, die ca. 50% aus den Fahrtkosten fast ausschließlich mit der deutschen Bahn bestehen und zu weiteren 50% aus Hotel- und Verpflegungskosten vor Ort: insgesamt bis Ende Oktober 2020 ca. 10.000,-€.
 - Die beiden größten Kostenblöcke der eng verbundenen und vom Freiburg Institut mit finanzierten Unternehmen (Coachingzentrum und Freiburg Hub GbR) sind die Rückzahlung des Immobiliendarlehens an die Sparkasse Freiburg (bis Ende Oktober ca. 34.000,-€), gezielt einer regionalen Kasse und keiner global tätigen (Investment-)Bank, und die Anmietung zusätzlicher Räume bei Jörn Schinzler (bis Ende Oktober 2020 ca. 11.000,-€), der ebenfalls persönlich bekannter, sozial engagierter Unternehmer und Gesellschafter der Freiburg Hub GbR ist.
- Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette überprüft bzw. evaluiert?
 - Die Dienstleister in unseren Beratungsprojekte beschäftigen in unseren Projekten ausnahmslos keine weiteren Subdienstleister. Auch die anderen Dienstleister im Bereich Marketing und Steuer- und Finanzbuchhaltung sind Einzelunternehmende oder kleine Büros mit persönlich bekannten Mitarbeitenden.
 - Grundsätzlich gilt die Vorgabe bei allen Einkäufen des Freiburg Instituts und Coachingzentrums Freiburg, wo möglich und qualitativ gleichwertig verfügbar Produkte und Dienstleistungen nach vorrangig ökologisch nachhaltigen und sozial Fairness-Kriterien auszuwählen, auf entsprechenden ökologisch-nachhaltigen Plattformen wie memo zu bestellen und amazon soweit möglich komplett zu vermeiden.
- Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

- Die Beratungsdienstleistungen haben meist ein Auswahlverfahren über die Mitgliedschaft im Coachingzentrum oder ein äquivalentes Verfahren des Freiburg Institut durchlaufen. Bei beiden zählen die drei Kernwerte als zentrale Kriterien: persönlich – wirksam – werteorientiert – also persönliche Passung, fundierte Ausbildung und zu uns passende Werteorientierung.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der zugekauften Produkte/Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen in Tabellenform
 - S. dem Bericht angefügte Tabelle im Excelformat
- Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden
 - S. dem Bericht angefügte Tabelle im Excelformat

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- S.o.
- In 2020 wurde zudem auf HP als Hauptlieferant bei IT-Hardware umgestiegen, da dieser nach Apple in einem Marken-Nachhaltigkeitsranking für IT am besten abgeschnitten hatte.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Generell auch für spätere Kriterien gilt es die Kriterien des Wirtschaftens bei kleineren Dienstleistern noch zu prüfen: dem Anwaltsbüro Schweizer & Lampe, dem IT-Dienstleister Abtis, der Hausverwaltung maXimmo, der Fensterreinigung Manfred Lais, sowie den beiden Marketing-Dienstleistern Werbe-Kubeit & Glatz Werbung
- In Freiburg gibt es einen neuen nachhaltigen Handytarif-Anbieter, der allerdings keine speziellen Tarife für Telefonate in die Schweiz anbietet und daher aktuell noch nicht gewählt werden kann.
- Grundsätzlich bestehen Verbesserungspotenziale bei der Auswahl der Hotels. Allerdings sind aktuell keine Buchungsportale bekannt, die eine einfache Auswahl und Buchung an verschiedenen Orten nach sozialen und ökologischen Kriterien ermöglichen. Da die Buchung von verschiedenen Personen an immer wechselnden Orten stattfinden wäre dies notwendig, um praktikabel zu sein.

Bewertung:

- Löwenanteil der Beschaffung bei Subdienstleistern: ca. 8 (ethisches Beschaffungsmanagement ist Teil der Unternehmensidentität und Positionierung)
- Andere Beschaffungen: 2 (einige wirksame Maßnahmen, aber keine umfassende Evaluierung der gesamten Zulieferkette)
- Insgesamt: 5 (erfahren)

A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Berichtsfrage

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

- Ja, s.o.

Falls nicht, wäre dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

- na

A2 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?
 1. S. Anmerkungen zu A1
 2. Im Grundsatz praktizieren wir ein direktes Begleichen von Dienstleisterrechnungen von Sublieferanten, sobald unser Kunde uns bezahlt hat. Wenn es bei Dienstleistern dadurch zu Schwierigkeiten kam, dann haben wir immer auch vorgängig Rechnungen beglichen, auch wenn wir das Geld vom Kunden noch nicht erhalten hatten.
 3. Wenn wir Subdienstleister beauftragen, dann haben wir fixe, transparente Anteile, die wir für die nicht-bezahlte Dienstleistungen einbehalten. Diese fixen Anteile prüfen wir jährlich, ob diese über alle Projekte hinweg den tatsächlichen Aufwänden entsprechen. Dies stellt sicher, dass das Freiburg Institut seine kundennahe Rolle nicht finanziell gegenüber potenziell abhängigeren Sublieferanten ausnutzt.
 4. Im Rahmen des Coachingzentrums haben wir in Netzwerktreffen mehrfach über die Regeln, Grundsätze und persönlichen Erfahrungen in der solidarischen, vertrauensvollen Zusammenarbeit in Kundenprojekten gesprochen und diese schriftlich für alle transparent festgehalten. Bei Verstößen gibt es einen beschriebenen Konfliktlösungsmechanismus, der für alle Mitglieder einsehbar ist und auch schon angewandt wurde.
 5. Die vorangehenden Punkte gelten für Sublieferanten, die nicht Teil des Coachingzentrums sind, genauso.
- Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?
 - S. Punkt 4 zu der vorherigen Frage

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt
 - S. angehängte Tabelle
- Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden
 - S. angehängte Tabelle

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Auf Wunsch der Reinigungskraft haben wir in 2019 einen Abschlag per Dauerauftrag direkt zum Monatsbeginn eingerichtet und in 2020 den Stundenlohn erhöht, um sie so in ihrer finanzielle Liquidität zu unterstützen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- S. entsprechende Anmerkungen unter Punkt A1

Bewertung:

- 5 (erfahren): innovative Formen im Einflussbereich (Coachingzentrum), über die Hälfte des Einkaufsvolumens ist darüber abgedeckt. In diesem Rahmen ist auch ein Prüfungs- und Sanktions- bzw. Konfliktklärungsmechanismus eingerichtet und angewandt.

A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Berichtsfrage

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

- Ja, s.o.

Falls nicht, wäre dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

- na

A3 Ökologische Nachhaltigkeit In der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Nach welchen Kriterien werden Rohware, Produkte und Dienstleistungen ausgewählt? Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen berücksichtigt? Welche Unterschiede gibt es zu den Mitbewerbern hinsichtlich ökologischem Einkauf?
 - S. Anmerkungen unter A1
 - Kaffee und Tee werden ökologisch und fair eingekauft.
 - Schreibwaren werden über memo ökologisch und fair eingekauft.
 - Größere IT wird nach Nachhaltigkeits-Rankings ausgewählt.
 - Fahrten werden zu über 95% mit der Bahn und über Bahncards Co2-neutral absolviert (vom eigenen Team und Subdienstleistern).
- Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?
 - Es gibt wie unter A1 beschrieben eigentlich keine zentralen Subdienstleister außerhalb des Coachingzentrums und der eigenen Partner-Unternehmen, die wiederum zentrale Subdienstleistungen in Anspruch nehmen.
 - Die Möblierung des Coachingzentrums

Verpflichtende Indikatoren

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

- S. angehängte Tabelle

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Für Catering im Coachingzentrum haben wir vermehrt auf Produkte der Eiweißmanufaktur gesetzt, um biologischen und regionalen Einkauf zu stärken.
- CO2 von Autofahrten, die sich aufgrund von Verbindungen oder Startzeiten nicht vermeiden lassen, werden vom Freiburg Institut mittels atmosfair ausgeglichen. Subdienstleister werden ebenfalls dazu aufgefordert und danach ausgewählt, dass sie dies auch tun.
- Größere Computer-IT wird nur noch über hp bestellt, da sie in einem Nachhaltigkeits-Ranking nach Apple am besten abgeschnitten hatten.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- S. Punkte unter A1, insbesondere Handy und Handytarife sowie Hotelübernachtungen
- Catering im Coachingzentrum und Mittagessens-Restaurants komplett auf biologische Produkte umstellen.
- IT- und Cloud-Dienstleistungen sind über abtis und microsoft aktuell nicht nachhaltig
- Austausch über Zulieferer im Coachingzentrum
- Bei Reinvestition des Mobiliars im Coachingzentrum darauf hinwirken, dass diese auch nachhaltig und fair ausgewählt werden.

Bewertung:

- 4 (erfahren): bei fast allen Lieferanten werden überdurchschnittlich hohe Standards eingehalten, die Einkaufsrichtlinien beschreiben wesentliche „Portale“ wie Memo und DB

A3 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Produkte/Dienstleistungen zugekauft werden, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen?

- Ja. S.o.

Falls nicht, wäre dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

- na

A4 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?

- S. Anmerkungen unter A1
- Bei den beiden größten Einkaufsblöcken (Sublieferanten, die ebenfalls Mitglieder im Coachingzentrum sind oder vergleichbar ausgewählt wurden; bzw. Partnerunternehmen) wird dieses Kriterium aufgrund der besonderen Struktur des Freiburg Instituts und seiner Partnerunternehmen besonders gut erfüllt. Das Coachingzentrum ist nach dem Vorbild des Verantwortungseigentums und Holocracy strukturiert, so dass alle wichtigen Entscheidungen für Alle transparent sind und mitgestaltet werden können. Die Hub GbR ist ebenfalls transparent gestaltet und alle wichtigen Entscheidungen wurden bisher im Konsens der Gesellschafter getroffen. Die finanzielle Situation der HuB GbR und des Coachingzentrums sind allen anderen Parteien ebenfalls transparent, so dass auch die Binnenverhältnisse zwischen den Unternehmen transparent gestaltet und unter sinnvollen Mitentscheidungsgrundsätzen entschieden werden können.
- Bei kleineren Lieferanten wird dieses Kriterium nicht zusätzlich gewichtet, da keine bekannten transparenten Label dafür zur Verfügung stehen, wenn man davon ausgeht, dass ökologische und soziale Fairtrade-Label dies nicht in gleicher Qualität mit abbilden.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt
 - S. angehängte Tabelle
- Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden.
 - S. angehängte Tabelle

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Weitere Umsetzung und Konkretisierung der Entscheidungsprinzipien im Coachingzentrum nach dem Vorbild von Holacracy und Verantwortungseigentum.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- S. Anmerkungen unter A1
- Keine weiteren, ggf. Identifikation von entsprechenden Labeln, die bei der Auswahl bei kleineren Einkaufsentscheidungen berücksichtigt werden könnten

Bewertung:

- 7 (vorbildlich): Innovative Lösungsansätze im Einflussbereich des Coachingzentrums

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Berichtsfragen

- Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden überlegt?

- Das Freiburg Institut ist durch das spezielle Gehalts-, Bonus und Gewinnbeteiligungsmodell in der bisherigen Geschichte vollkommen ohne zusätzliche externe Finanzierung ausgekommen.
- Gleichzeitig ist es wichtig, Rücklagen zu bilden und eine Vorfinanzierung von Gehältern zu ermöglichen, da Gehälter am Monatsende gezahlt werden, aber nicht alle Kund*innen so schnell Rechnungen schon beglichen haben. Dafür wurden Gewinne aus den letzten vier Jahren (noch) nicht an Mitarbeitende und den Geschäftsführer ausgeschüttet oder anderweitig investiert. So hat das Freiburg Institut bis Ende 2020 eine Rücklage von ca. 235.000,-€ gebildet. Diese hat dem Team in der Coronakrise 2020 bereits viel Rückendeckung und Sicherheit gegeben.
- Das Coachingzentrum Freiburg hat eine private Einlage des Einzelunternehmers von ca. 45.000,-€ erhalten und darüber hinaus ebenfalls kein Eigen- oder Fremdkapital aufgenommen. Die Geschäftsführungstätigkeit während der Gründungsjahre ist bisher unbezahlt, so dass auch dafür keine Finanzierung notwendig wurde. Aktuelle Einnahmen decken die aktuellen Ausgaben.
- Bei der Freiburg Hub GbR wurden die benötigten Eigenmittel beim Immobilienerwerb über die Familie des Einzelunternehmers des FI, Mitglieder des Coachingzentrums, befreundete Unternehmer oder Privatpersonen gewonnen.
- Welche Formen und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/oder über Ethikbanken konnten umgesetzt werden?
 - Im Freiburg Institut haben wir ein zukunftsgerichtetes Gehalts-, Bonus- und Gewinnbeteiligungsmodell entwickelt. Dieses gilt für alle Mitarbeitenden incl. dem Einzelunternehmer und orientiert sich in der Höhe an vergleichbaren TVÖD-Gehaltsgruppen (bei 50% variabler Vergütung), beinhaltet aber eine relativ hohe variable Komponente als Bonus und Gewinnbeteiligung: je nach Gehaltsniveau zwischen 15% und 36%. Diese Gewinnbeteiligung wird jedes Jahr an alle in gleicher %-Höhe ausbezahlt, je nach verfügbarem und nicht zurückgelegtem Gewinn. Wenn nicht alle Bonusanteile ausgezahlt werden können, dann werden diese Bonusanteile auf das Folgejahr mit übertragen und so lange mitgenommen, bis sie vollständig ausbezahlt wurden. Dieses Modell hat (gerade in der Gründungszeit) dem Freiburg Institut Investitionen und faire Gehälter trotz geringer Gewinne ohne zusätzliche Kreditaufnahme ermöglicht und tut dies auch weiterhin.
 - Um frühzeitige Mittelabflüsse und Liquiditätengpässe zu verhindern werden Dienstleisterrechnungen von Sublieferanten erst nach Kundenzahlung beglichen.
 - Im Coachingzentrum wurden bereits finanzielle Beteiligungsmöglichkeiten für einzelne Mitglieder erwogen und angeboten, aber aufgrund der zunehmenden Komplexität der Rechtsform und fehlenden Verfügbarkeit der Rechtsform Verantwortungseigentum bisher nicht umgesetzt.
 - Die Eigenkapital-Finanzierung der Immobilie der Freiburg Hub GbR wurde über Berührungsgruppen getätigt (s. vorherige Frage) und durch einen Immobilienkredit ergänzt. Dieser wurde bei der GLS Bank vorrangig angefragt, die aber aufgrund fehlender Zeitkapazitäten abgelehnt hatte.

- Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken verringert werden?
 - Das Freiburg Institut und das Coachingzentrum Freiburg haben keine Kredite aufgenommen. Beim Freiburg Institut sind finanzielle Risiken aufgrund der guten Rücklagen und Gewinnlage minimiert.
 - Beim Coachingzentrum bestehen bei fortwährender Coronakrise Umsatzrisiken, da im Laufe der nächsten fünf Jahre größere Investitionen ersetzt werden müssen. Hier ist zu prüfen, wie diese Investitionen finanziert werden können.
 - Der Kredit zur Immobilienfinanzierung der Freiburg Hub GbR ist durch die Immobilie gut abgesichert. Die regelmäßige Abzahlung wird durch Einnahmen und ab 2022 ggf. durch Nachschüsse der Gesellschafter abgedeckt. Die Zinsen sind für den kompletten Kreditabzahlungszeitraum festgelegt, so dass es keine Zinsrisiken gibt.
- Wie sind die Finanzpartner*innen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten?
 - Die GLS Bank als Hauptbank des Freiburg Instituts ist eine der stärksten ökologisch-ethischen Banken.
 - 2020 wurde bei der Schweizer Postbank zudem ein CH-Franken-Konto eingerichtet.
 - Für den Immobilienkredit wurde mit der Sparkasse Freiburg gezielt eine regionale Sparkasse und keine Groß- oder Investmanbank ausgewählt, nachdem die GLS Hausbank abgesagt hatte.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil Eigenkapital in Prozent: 100%
- Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche: unbekannt, zwangsläufig niedriger als bei uns
- Fremdfinanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart (Angaben in Tsd. EUR und in % vom Fremdkapital) keine

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Erhöhung der Rücklagen um ca. 100.000,-€
- Weiterentwicklung des Gehalts-, Bonus- und Gewinnbeteiligungssystems

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Klärung der Finanzierung von Reinvestitionen des Coachingzentrums und Rückzahlung der Eigenkapitaleinlage des Einzelunternehmers
- Klärung der Gütekriterien der Schweizer Postbank, ggf. nachhaltige Alternative: <https://www.srf.ch/sendungen/kassensturz-espresso/schweizer-banken-im-test-nachhaltigkeit-geniesst-wenig-kredit> / <https://www.abs.ch/>
- Klärung der Nachhaltigkeit der Versicherungspartner
- Sukzessive Abzahlung des Immobilienkredits

Bewertung:

- 7 (vorbildlich): 100%-iger Eigenkapitalanteil, innovative Finanzierungsinstrumente über Mitarbeitenden-Gehaltssysteme, ethisch-ökologische Haupt-Finanzpartner, nur Kredit wurde über diese nicht angeboten

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Berichtsfragen

- Welche notwendigen Zukunftsausgaben konnten ermittelt werden und wie weit sind ihre Deckung und zusätzliche Risikovorsorge möglich?
 - Wie unter B1 beschrieben bestehen Rücklagen für Umsatzausfälle und Vorfinanzierung von Gehältern von ca. 235.000,-€. Ende 2020 konnten zudem bis auf ca. 32.500,-€ alle alten offenen Boni und Gewinnbeteiligungen beglichen werden. Somit können zukünftige Gewinne zu großen Teilen in eine Erhöhung der Rücklagen oder Zukunftsinvestitionen investiert werden. Die zwei zentralen Zukunftsinvestitionen sind die Weiterbildung von Mitarbeitenden und Know-How-Entwicklung über entsprechende Forschungs- oder Ausbildungsprojekte.
 - In 2020 wurde eine umfassende und systematische Weiterbildungsinitiative gestartet. So haben alle aktuellen Beratenden in 2020 mind. eine mehr-jährige Zusatzausbildung im Bereich Coaching, Organisationsentwicklung, Future Leadership, virtueller Mediation o.ä. gestartet. In 2020 wurden 40 Weiterbildungstage durchgeführt bzw. besucht.
 - In 2020 wurden auch die Investitionen in Know-How-Entwicklung und Forschungsprojekte erhöht. Zum einen läuft ein mehr-jähriges Forschungsprogramm durch eine Finanzierung des Schweizer Wirtschaftsministeriums SECO zur Erforschung der Erfolgsfaktoren der Stellensuchendenberatung. Im Rahmen dessen wurde vereinbart, dass das Freiburg Institut eigenfinanzierte Zusatzforschungen anhand der gewonnenen Daten durchführen kann. Darüber hinaus wurde das Projekt zur Zukunftsfähigkeit von Organisationen gestartet, das in eine entsprechende OE-Ausbildung fließen soll. In diese vom Freiburg Institut finanzierte Forschungstätigkeit flossen 2019 und 2020 Stellenanteile im Wert von je ca. 19.000 bzw. 21.500,-€.
- Welche Ansprüche stellen die Eigentümer*innen an Kapitalerträge mit welcher Begründung?
 - Der Einzelunternehmer und GF erhält im Freiburg Institut entsprechend den Prinzipien des Verantwortungseigentums keine Gewinnentnahmen über das vereinbarte Gehalt incl. entsprechender Gewinnbeteiligung.
 - Im Coachingzentrum erhält der Einzelunternehmer und GF kein Gehalt für sein ehrenamtliches Engagement. Hier ist die Eigeneinlage im Laufe der kommenden Jahre zurückzuerstatten. Nur im Falle eines Rechtsformübergangs müsste die bisher unbezahlte Geschäftsführungstätigkeit der Gründungsjahre nachträglich finanziert werden. Dieses Gehalt belief sich auf ca. 150.000,-€.
 - Bei der Freiburg Hub GbR sollen keine Gewinnentnahmen geschehen. Damit die Kreditabzahlung aus Einnahmen getätigt werden kann, müsste übergangsweise eine höhere Eigenkapital-Rendite erwirtschaftet von ca. 10% werden, die aber nach Absprache der Gesellschafter nur als Liquiditätsschutz und Einlagensicherung dienen und nicht entnommen

werden soll. Die tatsächlich realisierbare Eigenkapitalrendite soll für die Gesellschafter nach aktuellem Beschluss langfristig 5% nicht überschreiten.

Verpflichtende Indikatoren Freiburg Institut, 2020

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit	ca. 100 Tsd. EUR
Gesamtbedarf Zukunftsausgaben jährlich:	
Fortbildung, Weiterbildung	ca. 20 Tsd. EUR
Forschung, Know-How-Entwicklung	ca. 30 Tsd. EUR
Homepageaktualisierung	ca. 5 Tsd. EUR
Getätigte/r strategischer Aufwand/strategische Ausgaben	ca. 40 Tsd. EUR
Anlagenzugänge	0 Tsd. EUR
Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn)	20 Tsd. EUR
Auszuschüttende Kapitalerträge	0 Tsd. EUR, in 0% vom Stamm- oder Grundkapital

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Weiterbildungsinitiative s.o.
- Verstärkte Investition in Zukunftsprojekte und Forschung s.o.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- S. 1. Punkt B1
- Risikoanalyse zu Zukunftsrisiken und entsprechenden Gegenmaßnahmen

Bewertung:

- 9 (sehr vorbildlich): keine Kapitalausschüttungen im FI und CZ, Gewinnentnahmen in der GbR nur ohne Neuverschuldung im Rahmen der Wertentwicklung der fortwährend stärker abgezahlten Immobilie und damit dem Wert der GbR-Anteile

B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln

Berichtsfrage

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

- Ja, s.o., auch in schwierigen kurzfristigen Situationen wie Corona wurden keine Stellen abgebaut, reduziert oder entsprechendes erwogen

Falls nicht, wäre dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

- na

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Berichtsfragen

- Welche Investitionen in eigene Anlagen haben ökologisches Verbesserungspotenzial? Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt und welche Förderprogramme können genutzt werden? Welche Investitionen wurden / werden konkret vorgenommenen?

- Investitionen im Büro und Seminarausstattung entfallen, da diese über den Coworkingspace vollumfänglich gemietet werden.
- Investitionen in Dienstwagen sind vermieden, da Mitarbeitende mit der Deutschen Bahn reisen sollen und dafür eine Bahncard gestellt bekommen.
- Minimale Investitionen wie einzelne Laptops usw. wurden bereits unter A1 bis A4 beschrieben.
- Homepageerneuerung
- In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?
 - Rücklagen liegen zu über 50% bei der GLS Bank auf dem Girokonto. Der Rest liegt seit der Coronakrise zur Sicherheit auf einem CHF-Konto bei der Schweizer Postbank.

Verpflichtende Indikatoren Freiburg Institut

Investitionsplan inkl. ökologischer Sanierungsbedarf	2 Tsd. EUR (Homepage)
Realisierung der ökologischen Investitionen Bedarfs	0 Tsd. EUR und 100% des
Finanzierte Projekte	0 Tsd. EUR = 100% v. 0 €
Veranlagung	
Fonds-Veranlagungen	0 Tsd. EUR = 100 % v. 0 €
Veranlagung	

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- na

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Bei Reinvestition in Möblierung und Drucker-Ausstattung im Coachingzentrum könnte vermehrt auf ökologische, nachhaltige Kriterien geachtet werden.
- Ökologische Alternative für CHF-Anlage bei der Schweizer Postbank.

Bewertung:

- 5 (erfahren): Kein offener Finanzierungs-Sanierungsbedarf (100% erfüllt), minimale IT-Investitionen werden nach möglichst optimalen ökologischen Testkriterien investiert, 50% der kurzfristig verfügbaren Rücklagen liegen bei ethischen Banken, keinerlei Veranlagung mit Renditeansprüchen

B3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Berichtsfrage

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

- Ja.

Falls nicht, wäre dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

- na

B4 Eigentum und Mitentscheidung

Berichtsfragen

- Wer sind die Eigentümer*innen, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?
 - Eigentümer ist Peter Behrendt. Im Sinne des Verantwortungseigentums verzichtet Peter Behrendt auf alle Rechte der Gewinnentnahme über sein vereinbartes Gehalt incl. entsprechender Gewinnbeteiligung. Die Haftung liegt zu 100% bei Peter Behrendt selbst.
- Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?
 - Alle unbefristeten Mitarbeitenden und auch die befristeten Beratungsstellen haben eine relativ hohe zukunftsorientierte Gewinnbeteiligung zwischen 15 und 36% entsprechend des intern voll transparenten Gehaltssystems.
 - Alle wichtigen strategischen Grundsatzentscheidungen incl. wichtiger Investitionen, Finanzentscheidungen, struktureller Änderungen, Stellenschaffungen und -besetzungen werden seit 3,5 Jahren im Governance Meeting vom gesamten Team (incl. befristeten Teilzeitstellen) besprochen und im Sinne des Beratungsprozesses nach Laloux gemeinsam beraten entschieden. Strategie, Finanzen und Personalentscheidungen verantwortet der Geschäftsführer. Im Berichtszeitraum wurden alle diese Entscheidungen im Konsens getroffen. Dies beinhaltete auch die Anpassungen im Gehaltssystem.
- Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer*innen gesichert und wie wird die neue Gemeinschaft auf diese Aufgaben vorbereitet?
 - Alle wichtigen Finanzplanungen und -kalkulationen sind für alle Teammitglieder jederzeit einsehbar und werden im Teammeeting regelmäßig bei wichtigen Änderungen angeschaut und besprochen. Somit hat JedeR Einsicht in alle Finanzprojektionen und -ergebnisse, mit jederzeitigem Dateizugriff und regelmäßiger Besprechung im Teammeeting bei Änderungen der Prognosen oder neuen Ergebnissen.
 - Das Gleiche gilt für alle Zeit-, Projekt und Stellenplanungen.
 - Die Zielsetzungen für das Folgejahr werden ebenfalls gemeinsam besprochen und für alle transparent festgelegt – Schritt für Schritt Top-Down vom GF bis zu den einzelnen Mitarbeitenden. Ebenso die Bewertung der gemeinsamen und individuellen Zielerreichung.
- Wie hat sich die Eigentümerstruktur in den letzten Jahren entwickelt und wie wird die Veränderung abgesichert?
 - Keine Veränderung

Verpflichtende Indikatoren Freiburg Institut

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

- Unternehmer*innen: 100%
- Führungskräfte
- Mitarbeiter*innen

- Kund*innen
- Lieferant*innen
- Weiteres Umfeld
- Nicht mittätige Kapital-Investor*innen

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Keine Veränderung

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Keine Veränderung geplant

Bewertung:

- 1 (erste Schritte): Eigentümer ist der Gründer, es gibt innovative Formen der Mitentscheidung

B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme

Berichtsfrage

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

- Ja, kann bestätigt werden

Falls nicht, wäre dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

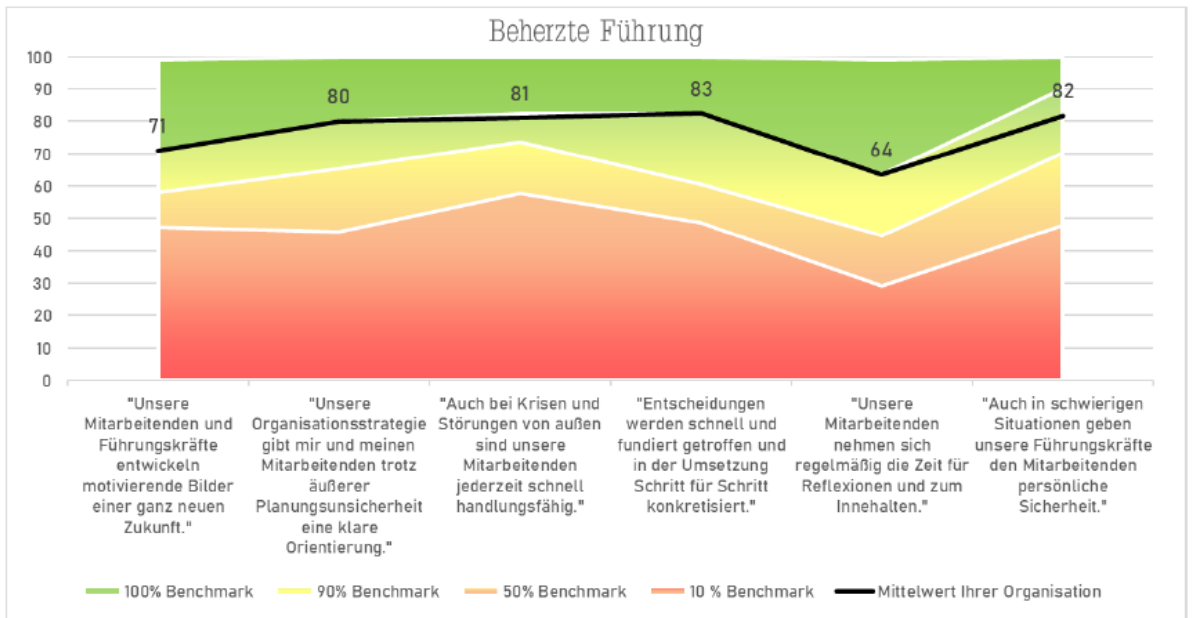
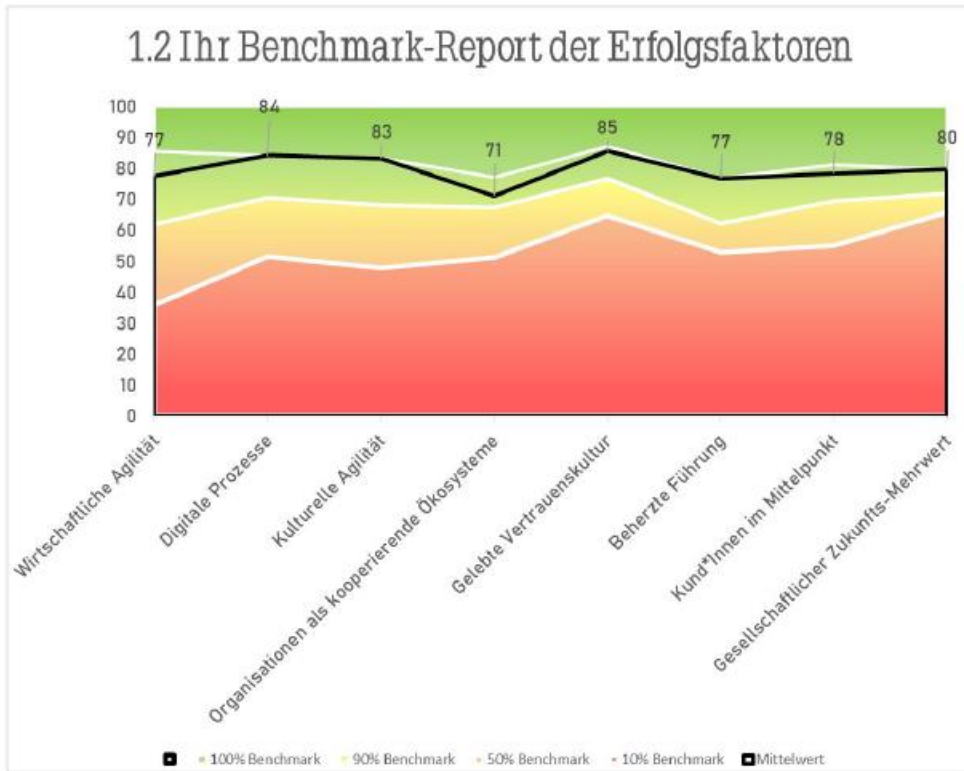
Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

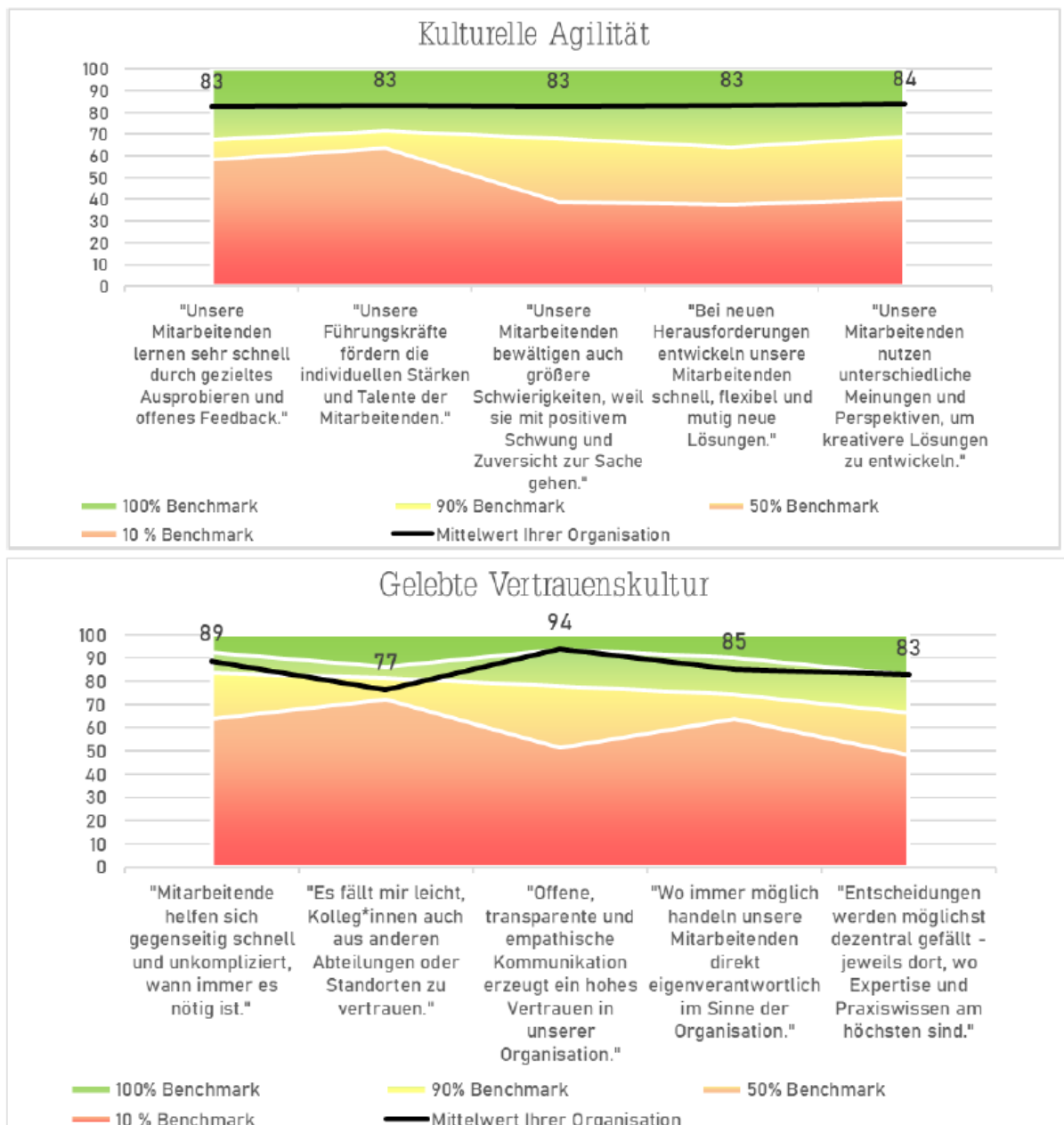
- na

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Berichtsfragen

- Wie kann die Unternehmenskultur im Unternehmen beschrieben werden?
Das Ziel ist eine Ergänzung aus starker mitarbeiter-orientierter und starker kunden-leistungs-orientierter Kultur zu etablieren.





Eine Mitarbeitenden-Befragung im März 2021 ergab überdurchschnittliche Bewertungen in allen Kriterien und in den meisten sogar Bestnoten (s. Benchmarkreport oben). Insbesondere die gelebte Vertrauenskultur und fast alle Fragen mit Bezug zur Führung wurden am besten von allen teilnehmenden Unternehmen bewertet. Hervorgehoben wird eine sehr gute empathische und transparente Kommunikation über alle Ebenen, die wir insbesondere in unseren monatlich 2-stündigen Governance-Meetings und 6-monatigen Teamtagen pflegen und weiterentwickeln.

- Welche Maßnahmen wurden zu betrieblicher Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz umgesetzt und wie werden sie evaluiert?
 - Als kleines Unternehmen gibt es kein zentrale Gesundheitsmanagement. Bei Krankheiten, die sich wiederholen oder länger gehen, gibt es Rückkehr- und Reintegrationsgespräche, die Ursachen klären und mögliche Maßnahmen adressieren sollen.

- Gleichzeitig bietet die Beratungs- und Trainingsbranche eine nicht unerhebliche Belastung, insbesondere für Berufseinsteiger*innen. Einmal durch den immer wieder sehr hohen Reiseanteil (bis zu 8 Tage auf Dienstreise und im Hotel im Monat). Dazu kommt der Druck, als Trainer*in und Berater*in oft alleine vor den Kunden zu stehen. Gerade bei Führungstrainings gibt es einen erheblichen Erwartungsdruck und bei verpflichtenden internen Schulungen oft auch Gegenwehr. Dem wirken wir entgegen, indem wir seit ca. 2-3 Jahren so viel wie möglich, mit größeren Gruppen zu zweit arbeiten, anstatt mit kleinen Gruppen alleine. Darüber hinaus haben wir in 2020 unsere Policy für Einsteigerstellen geändert und gezielt Traineestellen geschaffen, deren Verdienst und damit Umsatzdruck deutlich kleiner ist, so dass mehr Zeit für Einarbeitung, Hospitation und die bei Einsteigern längere Vorbereitungszeit besteht. Zudem investieren wir sehr viel Zeit in Aus- und Weiterbildung.
- Im Falle von einer privat stärker belasteten Mitarbeiterin wurde diese durch Unterstützung vom ganzen Team in 2019 und 2020 für mehrere Monate von den Dienstreisen befreit. Dies hat allerdings den Druck bei allen anderen deutlich erhöht.
- Alle diese Maßnahmen haben nicht verhindert, dass eine junge Mitarbeiterin in 2020 für mehrere Monate in einen Burnout geraten ist und sich aufgrund dessen Ende 2020 auch für einen Arbeitsplatzwechsel entschieden hat.
- Zur Sicherung der körperlichen Gesundheit wurden bei Umstellung von Office auf Homeoffice-Arbeit im Frühjahr 2020 die Homeoffice-Arbeitsplätze mit verliehenen Möbeln und IT-Ausstattung aus dem Office optimiert (guter Schreibtischstuhl, Bildschirmhöhe und zweiter Bildschirm).
- Sehr flexible Arbeitszeiten und -orte sollen den Mitarbeitenden ermöglichen, diese bei Bedarf auch auf private oder gesundheitliche Belange anzupassen.
- Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von sowie im Umgang mit Mitarbeitenden und welche Betriebsvereinbarungen bzw. Maßnahmen gibt es bereits?
 - Bis 2019 wurden aufgrund der Geschlechter-Verteilung im Psychologiestudium v.a. weibliche Absolventinnen eingestellt bzw. aus Studentinnenstellen übernommen. Dies hat zu einem starken Ungleichgewicht geführt, das sich auch darin äußerte, dass in 2020 zwei der wenigen Mitarbeiterinnen fast gleichzeitig in Elternzeit gingen.
 - Daher haben wir in 2020 gezielt versucht durch neue Einstellungen die Diversität in Alter und Geschlecht zu erhöhen. So wurden 2020 zwei Verträge geschlossen mit Mitarbeiterinnen um die 50, was die Alterdiversität deutlich erhöht. Ein Vertragsangebot an einen erfahrenen Mann wurde leider nicht angenommen. Darüber hinaus haben wir ein studienbegleitendes Traineeprogramm aufgelegt, bei dem ein Platz immer für einen Mann reserviert ist, so dass wir trotz der sehr unausgewogenen Zielgruppe des zu 90% weiblichen Psychologiestudentinnen auch in Zukunft mehr Diversität sicherstellen können.

- Bei Behinderungen und Migrationshintergrund gibt es aktuell keine echte Diversität. Dies ist aufgrund der hohen Reisetätigkeit und Sprachanforderungen in praktische allen Kernpositionen auch deutlich erschwert. In 2021 sind einige studentische Einstellungen aus dem französisch-sprachigen Kulturraum für ein Großprojekt geplant.

Verpflichtende Indikatoren Freiburg Institut, Ende 2020

- Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit: 4 Jahre bei 9-jährigem Bestehen des Instituts – konkret 1,5, 2, 3,5, 3,5 und 8,5 Jahre (ohne Studierende und MA in Elternzeit)
- Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro Mitarbeitendem bzw. nach Führungsebene: 40 Arbeitstage verteilt auf ca. 4 FTE in 2020 (davon nur 2 Tage bei Einzelunternehmer und 38 Tage bei anderen 3 FTE), also 1 Tag pro vollen Arbeitsmonat oder ca. 5% der Arbeitszeit
- Gesundheits-/Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung): 20 Krankheitstage von 890 Arbeitstagen (2,2%) plus 30 Krankheitstage einer Mitarbeiterin, die ab Januar 2020 praktisch komplett ausgefallen ist (insgesamt 5,6%)
- Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen – im Betrieb keine, zT Arbeit im Homeoffice bei Krankheit, die punktuelle Arbeit ermöglicht
- Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle: 0
- In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit / Diversität: Inhalte + Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden -> keine expliziten, aber Coachingausbildungen, die auch der psychischen Gesundheit dienen und von 2 Mitarbeitenden dieses Jahr mit je ca. 10 Fortbildungstagen besucht wurden
- Demografische Verteilung der Mitarbeitenden des Unternehmens im Hinblick auf Dimensionen der Diversität (zumindest nach den Kerndimensionen von Diversität: Alter niedrige Diversität (viele Studierende Anfang-Mitte 20, viele Berufseinsteiger, 2 im mittleren Alter, keine erfahrenen – dafür wurden in 2020 zwei ca. 50-jährige eingestellt, die 2021 beginnen), Geschlecht niedrige Diversität (nur 1 Mann bei den fixen Stellen, daher wurde 1 Nachwuchsstelle in 2020 gezielt mit einem Mann besetzt), Ethnie niedrige Diversität (alle europäisch, aber eine Mitarbeiterin geht Anfang 2020 nach Slowenien und bleibt im Team), körperliche / psychische Einschränkungen keine Diversität, sexuelle Orientierung keine Diversität bekannt, Religion keine Diversität bekannt, christlicher Hintergrund bei allen vermutet
- durchschnittliche Karenzdauer von Vätern-/Müttern in Monaten: Vaterschaft liegt die letzte vor dem Berichtszeitraum, damals 2 Monate Karenz, 2 aktuelle Mütter planen jeweils ca. 18 bzw. 10 Monate vollständige Karenz

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Die Recruitings in 2020 wurden gezielt auf Diversität orientiert, um Mitarbeitende mit mehr Erfahrung und mehr Männer zu rekrutieren. Dafür wurde insbesondere ein Nachwuchsprogramm speziell für Männer aufgelegt. Dabei gelang es eine männliche Nachwuchskraft zu rekrutieren und 2 erfahrene Mitarbeiterinnen um die 50, was die Diversität in den beiden Bereichen deutlich erhöht hat.
- Weiterbildungsprogramm (s.o.)

- Traineeprogramm mit deutlich niedrigerem Umsatzdruck kreiert, das Einstiegsstellen erleichtern soll.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Gute Wieder-Eingliederung von Müttern sicherstellen
- Work-Life-Balance weiter sicherstellen und verbessern, v.a. bei jungen Einsteigern
- Dadurch langfristige Bindung von Einsteigern und Müttern
- Gewinnung von Männern für Kernteam, ggf. auch Diversität bei ethnisch-religiösem Hintergrund?

Bewertung:

- Mitarbeiterorientierung: 9-10 = Vorbildlich
- Diversität: 4 = erste Punkte „Erfahren“, erste Erfolge sichtbar
- Gesundheit: 3 = erste Punkte „Fortgeschritten“ umgesetzt, aber noch nicht stark wirksam
- Insgesamt: 7 (vorbildlich)

C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Berichtsfrage

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

- Ja

Falls nicht, wäre dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

- na

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfragen

- Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster „lebenswürdiger Verdienst“ zusteht?
 - Wir orientieren uns bei allen Stellen incl. dem Geschäftsführer an dem TVÖD-System. Bei studentischen Stellen übernehmen wir die Stundensätze der lokalen Universität. Dies ist auch bei Einstellungen in 2021 von Schweizer Studierenden geplant (hier zählen dann die Schweizer Studierendensätze von Schweizer Universitäten).
 - Schweizer Subdienstleister erhalten andere Tagessätze im gleichen Projekt wie deutsche Subdienstleister in einer vergleichbaren Rolle.
 - Bei allen Subdienstleistern stellen wir sicher, dass verschiedene Arbeiten im Projekt gleich gut bezahlt sind. Vom Kunden nicht bezahlte Dienstleistungen wie Projektleitung, Akquise und Konzeption, die vornehmlich von uns geleistet werden, erhalten einen Anteil an den bezahlten Kundenumsätzen von Subdienstleistern. Dieser ist auf Basis unserer Erfahrungen so berechnet, dass es fair und gleichwertig ist.
- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen?

- Die Geschwindigkeit des Fortschritts in dem an TVÖD angelehnten Gehaltssystem entspricht der persönlichen Entwicklungsgeschwindigkeit. Dadurch haben Mitarbeitende die Möglichkeit mit sehr hohem Einsatz eine schnelle Entwicklung zu erzeugen oder auch nicht. Dies wird so auch genutzt. Für die wichtigen Beförderungsschritte stehen transparente Beförderungskriterien für alle einsehbar zur Verfügung.
- Gleichzeitig geschieht die Festlegung des jährlichen Fortschritts nicht durch die Mitarbeitenden selbst, sondern durch die jeweilige Führungskraft im Rahmen eines Mitarbeitendengesprächs transparent und dialogisch.
- Auf Wunsch können Mitarbeitende die Arbeitszeit reduzieren, was direkte Auswirkungen auf die individuelle Umsatzverantwortung hat. Diese Möglichkeit wird immer wieder auch sehr flexibel in Anspruch genommen.
- In der Coronazeit wurde die Möglichkeit gegeben, sehr individuell in Kurzarbeit zu gehen, je nach familiärer Belastung. Diese Verteilung wurde transparent im Team gemeinsam besprochen und individuell entschieden.
- Das Gehaltsmodell wurde in unseren Governance-Meetings gemeinsam diskutiert, letztlich im Konsens festgelegt und im Berichtszeitraum mehrfach gemeinsam weiterentwickelt. Die finale Entscheidung bleibt beim Geschäftsführer, bisherige Entscheidungen wurden aber immer gemeinsam entwickelt und getragen.
- Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt? Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?
 - Arbeitszeiten kann jedeR Mitarbeitende auf Wunsch selbst erfassen. Es besteht dazu aber nur bei studentischen Stellen eine (gesetzliche) Pflicht. Die Teilzeit-% und die Seniorität haben direkten Einfluss auf die Umsatzverantwortung jeder Mitarbeitenden und damit direkt auf die persönliche Arbeitslast.
 - Punktuelle Überstunden lassen sich in der Beratung nur schwer vermeiden, da an einem Trainingstag, der typischerweise von 9-17 Uhr geht, Vor- und Nacharbeiten nur schwer umgänglich sind. Die hohe Kundenorientierung im Team führt auch zu einem hohen Engagement und insbesondere in Projektspitzenzeiten auch zu Überstunden. Überstunden können in Eigenregie durch kürzere Arbeitstage oder vereinzelt auch über freie Tage ausgeglichen werden.
 - Bei einigen Mitarbeitenden besteht dadurch eine moderate regelmäßige Überstundenzahl (bis zu max. 45 Stunden die Woche oder max. 15%). Andere Mitarbeitende steuern Ihre wöchentlichen Stunden sehr klar im Korridor der vereinbarten Arbeitszeit.
- Wie können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden?
 - Wir bieten Kunden aus dem sozialen Umfeld um bis zu 50% reduzierte Preissätze an, um damit auch verstärkt Projekte mit sozialen Trägern zu ermöglichen. Zudem gibt es immer wieder gemeinsame Projekte in und außerhalb der Arbeitszeit mit dem Verein AllWeDo zur Stärkung der Demokratie und demokratischen Bürgerbeteiligung.

- Bei der Auswahl von strategischen Projekten spielt neben wirtschaftlichen Kriterien der Sinn der Projekte eine wichtige Rolle. So fokussieren wir sehr gezielt für das Team sinnvolle Projekte und stärken diese im Team.
- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen? Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?
 - Bei der Festlegung der Arbeitszeit und der Lage der Arbeitszeit bestehen weitgehende Freiheiten. In den Kernpositionen sind zumindest 80% erwünscht und unter 50% wird nur in Übergangszeiten nach der Elternzeit zum Wiedereinstieg angeboten. Dies wird von den meisten angenommen, es gibt nur einen 100%-Vertrag.
 - Homeoffice kann selbstorganisiert genommen werden. Es gibt aber auch hier die Policy, dass in nicht-Corona-Zeiten, die Homeofficezeit nicht überhand nehmen soll, um noch genügend Office-Teamzeiten und einen guten Austausch vor Ort zu gewährleisten.
 - Die Verteilung und Umverteilung von Rollen und Verantwortungen und damit auch Arbeitsbelastung ist regelmäßig Thema im Governance Meeting, so dass alle Mitarbeitenden darauf auch mit einem Einfluss haben.
- Welche Maßnahmen gibt es in der Organisation, um eine Work-Life-Balance zu gewährleisten?
 - S.o. Überstundenausgleich, Traineeprogramme mit reduzierter Umsatzverantwortung, Flexibilität bei der Arbeitszeit

Verpflichtende Indikatoren Freiburg Institut Ende 2020

- Höchst- und Mindestverdienst (*innerbetriebliche Spreizung*): 69 + variabel 39 Tsd. bis zu 44 + 8 – also 1 zu 2,6 (incl. Traineeestelle wären es 35+6, incl. Studierende wären es 18+0)
- Medianverdienst 47+12 Tsd. (ohne Studierende mit Trainee)
- Standortabhängiger "lebenswürdiger Verdienst" (für alle Betriebsstandorte): nur 1 Standort
- Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z. B. 38 Stunden): 39
- Tatsächlich geleistete Überstunden: nicht verbindlich erfasst, je nach MA zwischen 0 und 15% (bei Einzelunternehmer punktuell auch 25-30%)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Corona: individuelle Verteilung der Kurzarbeit nach Bedarf und individueller Möglichkeit
- Verstärkte Projekte mit AllWeDo zur Demokratiestärkung

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bewertung:

- 5 (erfahren) – erste, aber nicht alle Punkte aus „Erfahren“: Arbeitszeit und damit Umsatzverantwortung können selbst festgelegt werden, aber hoher Umsatzdruck und damit auch ein Überstundenanteil bleiben bestehen. Die Gehaltsspreizung ist mit 1:2 sehr klein und voll transparent. Das Gehaltsmodell gemeinsam entwickelt und konsensual entschieden.

C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfrage

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

- Ja

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

- na

C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

Berichtsfragen

- Welchen Wert legen das Unternehmen und die Mitarbeitenden auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz?
 - Kaffee, Tee, Kekse und Wasser sind ausnahmslos ökologisch und fair eingekauft und stehen zur Verfügung. Catering für Veranstaltungen wurde auch punktuell ökologisch besorgt. Für das Mittagessen steht leider kein ökologisches Restaurant oder Imbiss vor Ort zur Verfügung.
 - Einige Mitarbeitende incl. dem Geschäftsführer ernähren sich fleischlos. Einer unserer Cateringzulieferer ist Taifun. Bei Veranstaltungen wird immer wieder innovative Tofuangebote angepriesen
- Welche Verkehrsmittel benützen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?
 - Alle Mitarbeitenden mit einer Ausnahme kommen mit dem Fahrrad zur Arbeit. Der einen Mitarbeiterin, die im Umfeld von Freiburg wohnt, wurde bereits mehrfach ein elektrisches Jobrad angeboten. Da die Mitarbeiterin in 60% Teilzeit ist, wäre der dadurch entstehende Anreize von fast 1 Stunde aber nicht zumutbar.
- Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden, gibt es Weiterbildungsangebote?
 - Die ökologische Ausrichtung der Dienstreisen wurde bereits oben diskutiert und beschrieben.
 - Der ökologische Einkauf von Lebensmitteln und Büromaterialien ebenso.
 - Wir arbeiten mit einigen Kunden aus ökologischen Lebensmittel- oder -Industrie zusammen, wodurch automatisch auch ökologische Themen in der Arbeit auftauchen. Darüber hinaus gibt es keine ökologischen Fortbildungen.
 - Bei der Personalrekrutierung werden die persönlichen Werte incl. Nachhaltigkeit mit beachtet.

Verpflichtende Indikatoren Freiburg Institut Ende 2020

- Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft: 95%
- Anteil der Anreise mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß: 90%; alle Mitarbeitenden bis auf eine, die mit einem bereits angebotenen E-

Dienstrad 1 Stunde pro Richtung bräuchte und nur halbtags arbeitet und das Angebot daher abgelehnt hat

- Nutzungsgrad des ökologischen Betriebsangebots der Mitarbeitenden in %: keine vorhanden

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Klare Dienstreiseregulierung bzgl. ökologischen Verkehrsmitteln auch für Subdienstleister in unseren Projekten

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- CO2-Ausgleich für Arbeitsplatzfahrten der einen Mitarbeiterin

Bewertung:

- 6 (sehr erfahren): Ernährung mehrheitlich fleischlos, Lebensmittel mehrheitlich lokal und saisonal und oder fair; stark reduzierter Anteil an PKW-Anreise in Kilometern, Dienstreisen fast ausschließlich mit der Bahn

C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens

Berichtsfrage

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

- Ja, gerade bei Dienstreisen wurde immer wieder auf den Verzicht von Flugreisen und die Reduzierung von PKW-Fahrten hingewiesen.

Falls nicht, wäre dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

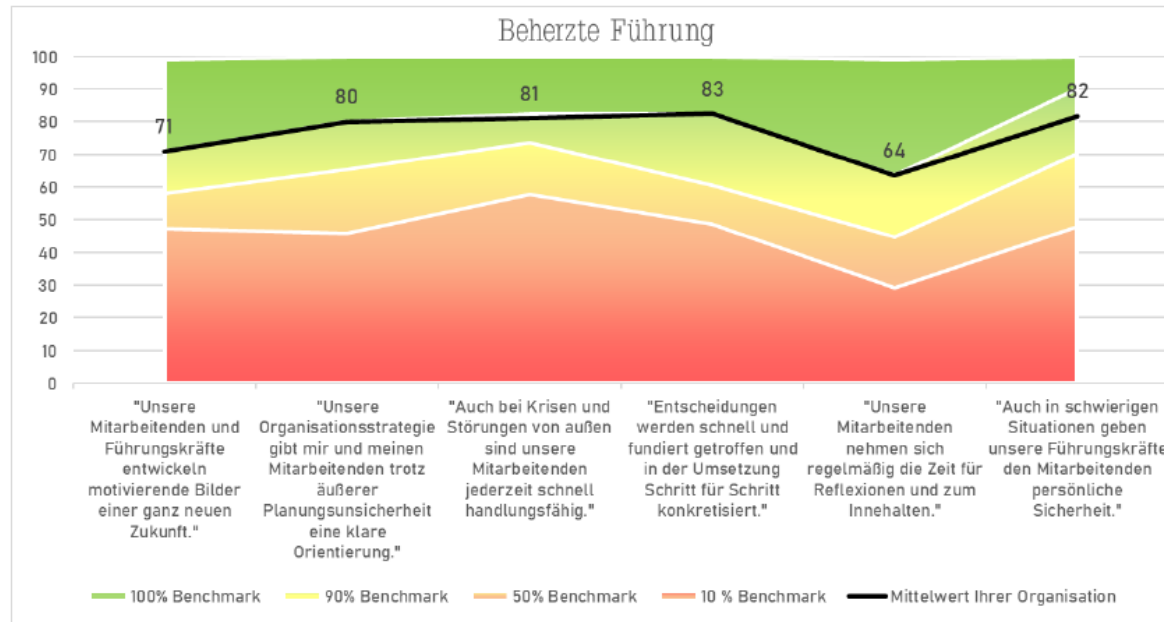
- na

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Berichtsfragen

- Welche wesentlichen/kritischen Daten sind für die Mitarbeitenden leicht zugänglich?
 - Alle Finanz- und Gehaltsdaten sind jederzeit für alle Mitarbeitenden in einer zentralen Planungsdatei einsehbar. Die Finanzplanungen und -beiträge und -entnahmen jedes Einzelnen sind damit für alle einsehbar.
 - Das Gehaltssystem ist transparent und ebenfalls für alle einsehbar. Es wurde gemeinschaftlich im Konsens entwickelt und weiterentwickelt.
 - Im Teammeeting werden wichtige Veränderungen in der Finanzentwicklung und -Projektion regelmäßig gemeinsam angeschaut und besprochen. Die IST-Ergebnisse und Abweichungen zu den Planungen werden nach den relevanten Abschlüssen im Team vorgestellt und diskutiert.
- Wie werden Führungskräfte ausgewählt, evaluiert und abgesetzt? Von wem?

- Es gibt aktuell nur eine Führungskraft, den Gründer und Geschäftsführer selbst. Diese Position wird neben persönlichen Feedbacks nicht explizit evaluiert. Persönliches Feedback wird in beide Richtungen in den jährlichen Mitarbeitergesprächen und gerade bei neuen Mitarbeitenden regelmäßig in den wöchentlichen 1-on-1s gegenseitig gegeben.
- Die Bewertung der Führung war in einer Mitarbeitendenbefragung Anfang 2021 exzellent:



- Die Führung von Großprojekten, Praktikanten und Trainees wechselt im Team und wird gemeinsam besprochen und abgestimmt.
- In 2019 gab es eine Mentoringrolle einer erfahrenen Mitarbeiterin, die gemeinsam im Team besprochen, gestaltet und beschlossen wurde.
- Welche wesentlichen Entscheidungen können die Mitarbeitenden mehrheitsdemokratisch oder konsensual mitbestimmen?
 - Mitarbeitende haben im Rahmen ihrer Verantwortungsbereiche im Sinne des Beratungsprozesses nach Laloux umfassende Entscheidungsfreiheit.
 - Alle wichtigen strategischen Grundsatzentscheidungen incl. wichtiger Investitionen, Finanzentscheidungen, struktureller Änderungen, Stellenschaffungen und -besetzungen werden seit 3,5 Jahren im Governance Meeting vom gesamten Team (incl. befristeten Teilzeitstellen) besprochen und im Sinne des Beratungsprozesses nach Laloux gemeinsam beraten und entschieden. Strategie, Finanzen und Personalentscheidungen verantwortet in der Letztentscheidung der Geschäftsführer. Im Berichtszeitraum wurden alle diese Entscheidungen im Konsens getroffen. Dies beinhaltete auch die Anpassungen im Gehaltssystem.
- Welche Erfahrungen wurden bisher mit mehr Transparenz und Mitbestimmung gemacht?
 - Die Erfahrungen im aktuellen Team und System der Zusammenarbeit der letzten drei Jahre sind sehr positiv und vertrauensfördernd, s. Mitarbeitendenbefragung oben.

- Die Rückmeldung der Mitarbeitenden und insbesondere neuer Mitarbeitenden ist sehr positiv und oft mit Überraschung über die ungewöhnlich hohe Transparenz und Mitbestimmungskultur.

Verpflichtende Indikatoren

- Grad der Transparenz bei kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung in %): 100%
- Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden (in %): na – es gibt nur den Gründer als Führungskraft – eine Mitarbeiterin führt Studierende (die nicht sinnvoll vor dem Praktikum beteiligt werden können) und eine Traineeposition (die bei der Führungsentscheidung beteiligt wurde).
- Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden (in %): 100%.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

-

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Formale regelmäßige Bewertung der Führungskraft im Sinne einer anonymen Befragung wie zu Beginn 2021

Bewertung:

- 7 „Vorbildlich“ – erfüllt alle Kriterien, nur Abwahl des Geschäftsführers und Inhabers aktuell nicht möglich

C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Berichtsfrage

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

- ja

Falls nicht, wäre dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

- na

D1 Ethische Kundenbeziehung

Berichtsfragen

- Wie werden neue Kund*innen gewonnen und wie Stammkund*innen betreut?
 - Das Institut hat v.a. Stammkunden mit langfristiger Betreuung und Beziehung und nachhaltiger Kundenentwicklung. Bei bestehenden Aufträgen werden immer wieder Verbesserungsmöglichkeiten an anderer Stelle der Organisation mit beobachtet und an die Kunden rückgemeldet. Größere Aufträge, Projekte und Programme werden immer individuell an den Kunden angepasst, gemeinsam auf Basis der Kundenwünsche entwickelt und designed und agil gesteuert, so dass jederzeit Anpassungen auf Basis der Erfahrungen und Wünsche möglich sind.

- Neukunden werden v.a. über persönliche Empfehlungen bestehender Kunden, über wissenschaftliche Vorträge auf Konferenzen und unsere diversen Preise und Auszeichnungen, sowie über Anfragen über die Homepage und den Newsletter gewonnen. Werbung für Maßnahmen werden meist mit den Evaluations- oder Forschungsergebnisse und individuellen Kundenstimmen verknüpft.
- Alle (Evaluations-)Forschungsergebnisse sind auf der Homepage voll transparent einsehbar und alle Berichte können downgeloaded werden.
- Es werden keinerlei Werbung, Anzeigen oder Google-Werbung geschaltet oder finanziert.
- Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kundennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?
 - Das Freiburg Institut unterscheidet sich von vergleichbaren Angeboten durch die ausgeprägte (Evaluations-)Forschung und theoretische Fundierung und wissenschaftlich basierte Weiterentwicklung seiner Angebote. Dies ist Teil der Mission und der gelebten Praxis. Damit stellen wir sicher, dass wir nur Angebote, Produkte und Beratungen verkaufen, die auch wirklich wirken. Die größten Projekte der Firmengeschichte sind ausnahmslos selbst Forschungs- oder Evaluationsprojekte oder basieren auf der direkten Umsetzung dieser Ergebnisse.
 - Auch bei kleinen Angeboten, Coaching und Einzeltrainings ist die Evaluation verpflichtend. Die aktuellen neuen Ergebnisse werden in jedem Teammeeting gemeinsam angeschaut und bei überraschenden Abweichungen auch gemeinsam besprochen, wie diese optimiert werden können. Ein hoher Kundennutzen steht damit immer im Vordergrund.
 - Werte-Orientierung, Wirksamkeit und Evaluation als Basis der Mission
 - Die Mission definiert den Grundsatz, dass wir keine schädlichen Projekte annehmen (z.B. Entlassungen in wirtschaftlichen Zweigen). Wir fordern bei allen Projekten z.B. auch bei Assessment Centern von den Kunden volle Transparenz gegenüber den Teilnehmenden und Bewerbenden. Wir haben uns schon mehrfach aus Projekten oder auch von einem Kunden verabschiedet, wenn wir zu der Überzeugung gekommen sind, dass diese nicht wirksam vom Kunden gestaltet oder eingebettet werden.
- Welche Kund*innen-Gruppen haben einen erschwerten Zugang zu den Produkten und Dienstleistungen? Was wird getan, dass diese auch in den Genuss der Produkte/Dienstleistungen kommen können?
 - Querfinanzierung durch unterschiedliche Stunden- und Tagessätze mit bis zu 50% Preisreduktion für soziale Organisationen, aber auch Privatpersonen und Non-Profit-Kunden und Behörden
 - Auch sonst gestalten wir unser Pricing je nach Zahlungsfähigkeit der Kunden: z.B. Start-Ups vs. Mittelständler vs. Großkonzerne
 - Seminar- und Coachingräume sind barrierefrei ebenerdig zugänglich und auch für Rollstuhlfahrer eingerichtet

Verpflichtende Indikatoren

- Übersicht der Budgets im Marketing, Verkauf, Werbung: Ausgaben für Maßnahmen bzw. Kampagnen: ca. 2.000,- bis 4.000,-€ jährlich für Homepages und Newsletter

- Art der Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden: fixe und umsatzabhängige Bestandteile in %: Es gibt keine Verkaufsmitarbeitenden und es gibt keine Umsatzbeteiligung für Akquiseerfolge innerhalb des Unternehmens
- Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: Es gibt Umsatzziele pro Beratendem, so dass jeder Beratende seine eigenen Kosten trägt (incl. dem eigenen Gehalt und seinem Anteil an Fixkosten)
- Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innen-Gruppen gekauft wird: von den 700.000,-€ Umsatz in 2020 wurden 400.000,- im Bereich Arbeitslosenberatung gemacht, 125.000 von nicht-profitorientierten Organisationen im nachhaltig-ökologischen Sektor, 5.000,- von privaten Vereinen, 5.000 von sozialen Organisationen (wie zB Caritas) und 25.000,- von privaten Personen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Deutliche Erhöhung von Umsatz mit nicht-profitorientierten Organisationen im nachhaltig-ökologischen Sektor und im Bereich Arbeitslosenberatung

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Barrierefreiheit der Website und Dokumente in einfacher Sprache

Bewertung:

- 10 (sehr vorbildlich) – benachteiligte Kunden erhalten nicht nur die gleichen, sondern sogar bevorzugte Konditionen; klare Marktpositionierung für Kundennutzen, Wissenschaftlichkeit und Evaluation aller Angebote, volle Transparenz über alle Ergebnisse im Internet

D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen

Berichtsfrage

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

- Ja, im Gegenteil werden alle wissenschaftlichen Erkenntnisse und relevante Evaluationsergebnisse auf der Homepage veröffentlicht

Falls nicht, wäre dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

Berichtsfragen

- Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert und welche Ziele werden dabei verfolgt?
 - Das Freiburg Institut war der Initiator und bildet weiterhin den Kern der Kooperation im Coachingzentrum Freiburg, das als Netzwerk von Berater*innen, Trainer*innen, Coaches und deren Kunden fungiert.

- Auch über das Coachingzentrum hinaus bestehen viele Kooperationen in größeren Projekten mit überregionaler Reichweite: insbesondere in der Schweiz und in Norddeutschland.
- Bei der Ausbildung von Coaches haben wir bewusst auf eine eigene Ausbildung verzichtet, sondern bieten Evaluationen, Prüfungen und wissenschaftlich fundierte Zusatzmodule für einige bestehende Coachingausbildungen an.
- Im Coachingzentrum betreiben wir eine gemeinsame Entwicklung von neuem Know-How und neuen Angeboten zusammen mit Mitunternehmenden und Kunden-Organisationen. Neu entwickeltes Know-How des Freiburg Instituts wird regelmäßig in Train-the-Trainer-Veranstaltungen und -Angeboten aber auch auf individuelle Anfrage an die Mitunternehmen weitergegeben.
- Gemeinsame Know-How-Entwicklung geschieht aktuell insbesondere zum Thema „Zukunftsfähige Organisationen“ und der geplanten Ausbildung „Zukunftsfähige Organisationen gestalten“ – zusammen mit Mitunternehmen, im engen Austausch mit Kundenorganisationen und der Bertelsmann-Stiftung.
- In welchen Bereichen verhält sich das Unternehmen solidarisch gegenüber anderen Unternehmen und hilft uneigennützig?
 - AllWeDo wird regelmäßig ehrenamtlich von vielen Mitarbeitenden des Freiburg Instituts unterstützt.
 - Das Freiburg Institut leistet weiterhin einen großen Beitrag im aktiven Aufbausupport und auch zur Finanzierung des Coachingzentrums.
 - Aufträge werden im Coachingzentrum und dabei meist vom Freiburg Institut nach Kompetenz weiter verteilt. Bei ausreichend hoher Qualität wird dabei auch der Bedarf einzelner Beratenden berücksichtigt. Auch in kritischen Umsatzsituationen hat das Freiburg Institut bisher noch nie einzelne Kundenaufträge von Subdienstleistern und Mitunternehmenden zurückgeholt.
 - Umfassende Know-How-Weitergabe und gemeinsame Akquise gerade für neue Beratende im Netzwerk s.o.
 - Alle zentralen Modelle und Artikel und damit unser Key-Know-How sind auf der Homepage veröffentlicht s.o.
 - Im Rahmen von Corona hat sich das Freiburg Institut daran beteiligt und mit initiiert, dass das Coachingzentrum kostenfreie Coachingangebote für besonders belastete Gruppen in Pflege oder Lebensmittelhandel anbietet.

Verpflichtende Indikatoren

- Wie hoch ist der investierte Zeit- / Ressourcenaufwand für Produkte und Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens? (in Stunden/Jahr bzw. %-Anteil)
 100% in Kooperation erarbeitet, wenn man den Kunden mitrechnet
 65% der Angebote waren in Kooperation mit Mitunternehmen entwickelt und angeboten

- Wie viel Prozent von Zeit / Umsatz wird durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet / erzielt:
 - Unternehmen der gleichen Branche, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional): 65% s.o.
 - Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere ZG ansprechen: 0%
 - Unternehmen der gleichen Branche in gleicher Region, mit anderer ZG: 0%
- In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen? (Anzahl: x/3)
 - Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards
 - Ja, AllWeDo Demokratieförderung
 - Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (responsible Lobbying)
 - Indirekt AllWeDo -> politische Rahmenbedingungen für mehr Demokratie und neue Formen der Bürgerbeteiligung
 - Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards
 - Kooperation mit der Uni Salzburg in der wissenschaftlich fundierten Zertifizierung von Coaches,
 - Coachingzentrum
- Wie viele Arbeitskräfte / Mitarbeiterstunden wurden an Unternehmen
 - anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?
 - Gar nicht
 - der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?
 - Coachingzentrum-Kooperationen: 12.000,-€ Umsatz von unseren Mitarbeitenden in Projekten der Mitunternehmen in 2020 (von 700.000 Gesamtumsatz)
- Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen
 - anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?
 - Im Berichtszeitraum gab es keine Aufträge für andere Branchen, die im Rahmen meiner Projekte aufgetaucht sind
 - Uni Salzburg
 - der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? (%-Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge)
 - 190.000 der 700.000,-€ Umsatz wurden an Mitunternehmen weitergegeben, größtenteils im Rahmen des Coachingzentrum-Netzwerks – dabei gibt es faire, transparente Umsatzbeteiligungen, die sicherstellen, dass alle Arbeiten an den Projekten vergleichbar bezahlt sind (s.o.)
- Wie hoch beläuft sich die Summe an Finanzmittel, die an Unternehmen
 - anderer Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?
 - 0%

- der gleichen Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? (Summe, %-Anteil vom Umsatz/Gewinn)
 - 0%
 - Aufbau des Coachingzentrums mit persönlichen Eigenmitteln von 45.500,-€, die ohne Verzinsung zum Start des Projekts investiert wurden und von allen Mitgliedern des Coachingzentrums gemeinsam genutzt wird. Diese Eigenmittel sollen unverzinst in den nächsten 10 Jahren zurückgezahlt werden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Neue gemeinsame Produktentwicklung im Coachingzentrum für zukunftsfähige Organisationen
- Kostenfreie Corona-Coachingangebote
- Fortsetzung bisheriger Initiativen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Weiterentwicklung unserer Angebote in Richtung Eltern / Schule

Bewertung:

- 10 (sehr vorbildlich) – alle Kriterien erfüllt

D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Berichtsfrage

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

- Ja, im Gegenteil besteht im Rahmen des Coachingzentrums ja eine gemeinsame Akquiseplattform, die zentral auch auf gegenseitiger Empfehlung beruht.

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

D3 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?
 - Grundsätzlich handelt es sich bei uns um eine Dienstleistung, die nicht entsorgt werden muss und damit eine hohe Konsistenz gewährleistet. Auch sind in der Dienstleistung selbst nur sehr selten Produkte enthalten. Seminarunterlagen und -protokolle werden schon seit mehreren Jahren

- praktisch ausschließlich digital versandt. Nur Seminarzertifikate sind gedruckt und zudem händigen wir bei Prüfungen Prüfungs-Reports und -Urkunden aus. Diese sind grundsätzlich aus nachhaltigem Papier.
- Für den Einkauf, der für den Betrieb notwendigen Materialien, Büroausstattungen usw. siehe frühere Berichtsteile. Den genauen Verbrauch berichten wir in E3 ausführlich
 - Die ökologische Ausrichtung der Reisetätigkeiten wurde ebenfalls bereits in früheren Abschnitten beschrieben.
 - Seit Corona 2020 wurden die Reisen notgedrungen substantiell reduziert und stark auf virtuelle Formate umgestellt. Dies wird sicher in Teilen beibehalten werden, auch wenn es bestimmte Veranstaltungsformate gibt, bei denen wir wieder auf persönliche Begegnung umstellen wollen werden.
 - Die Effizienz unserer Angebote wird durch eine systematische im Alltag fest verankerte Evaluation und Qualitätssicherung aller Angebote sowie die umfassende Fundierung in unseren Forschungsprogrammen vorangetrieben (s. andere Berichtsbereiche für mehr Details).
 - In 2020 wird zusätzlich ein internes Forschungsprojekt vorangetrieben zum Thema zukunftsfähige Organisationen – mit der Perspektive Ausbildungen zu entwickeln unter den Arbeitstitel „zukunftsfähige Organisationen führen“ und „zukunftsfähige Organisationen gestalten“. Darin ist einer von acht Erfolgsfaktoren der gesellschaftliche Zukunftsmehrwert incl. ökologischer Nachhaltigkeit. Aus dem Modell sind einige Artikel, Führungsbefragungen, Workshops und Beratungsformate entstanden, die damit u.a. auch ökologische Nachhaltigkeit bei den Kunden fördern.
 - Ganz grundsätzlich sind wir überzeugt, dass es bei dem Thema ökologische Nachhaltigkeit auch darum geht, den Fokus in der Gesellschaft von dem Haben auf das Sein zu verschieben. Unsere Dienstleistungen fokussieren auf das Verbessern des „Miteinander Seins“ und sind dabei u.E. ein Element dieser Fokusverschiebung der Investitionen. Wenn Unternehmen mit Hilfe unserer Angebote in die Verbesserung des „Miteinander Seins“ investieren, fließen diese Investitionen ja nicht in andere Produkte und stärken damit auch indirekt die nachhaltige Ökologie. Grundsätzlich kann man auch hoffen, dass Menschen, die eine bessere Arbeitsumgebung und eine bessere Zusammenarbeit haben, dadurch glücklicher und zufriedener sind, weniger Bedarf verspüren, Unzufriedenheit im Sein durch ausufernden Konsum auszugleichen.
 - Zu guter Letzt arbeiten wir in einigen Branchen mit Branchen-Vorreitern zusammen. Dies gilt für Taifun (nachhaltige, ökologische, fleischlose Lebensmittel), dem ISE (Forschung erneuerbarer Energien), Jobrad (Mobilitätswende), aber auch die Allianz, die als klassische Versicherung relativ früh auch ökologische Kriterien in die Anlagenpolitik mit aufgenommen hat. Besonders zerstörerische Branchen wie z.B. Kernkraft sind in unserer Mission und unseren Grundsätzen von vorneherein von einer Zusammenarbeit ausgeschlossen.

- Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert? Wie wird die maßvolle Nutzung in der Kommunikation mit Kund*innen gefördert?
 - Grundsätzlich führen wir bei unseren größten Kunden umfassende Programme durch, durch die die Kunden von uns unabhängig werden: In den letzten drei Jahren waren unsere größten Projekte Train-the-Trainer-Ausbildungen für Führungskräfte und Mastercoachs, so in der Allianz und dem Schweizer Wirtschaftsministerium SECO. Diese helfen unser Know-How im Unternehmens- und Führungsalltag zu verankern und schaffen so Unabhängigkeit von unseren externen Angeboten.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Deutliche Reduzierung der Reisetätigkeit und Ausbau von Onlineangeboten seit dem Corona-Lockdown
- Entwicklung des Modells zukunftsfähiger Organisationen (s.o.)
- Weitere Stärkung der Zusammenarbeit mit ökologischen Vorreitern wie Taifun und ISE

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Weitere Verankerung und Ausbau von Angeboten rund um das Modell „zukunftsfähiger Organisationen“
- Kommunikation ökologischer Kennwerte und Standards auf der Homepage

Bewertung:

- 3 (fortgeschritten): klare Strategie zur Minimierung der Auswirkungen, aber keine öffentliche Kommunikation der ökologischen Auswirkungen und Kennwerte an Kund*innen und Öffentlichkeit (eigentlich fände ich aufgrund der Beschreibungen oben eine höhere Bewertung passender, aber von den Skalen her, komme ich auf die 2. Ich finde die Beschreibungen in den Bewertungsskalen passen grundsätzlich nicht wirklich auf uns)
- Niedrigere Gewichtung, da bei Dienstleistung weniger zentral

D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

Berichtsfrage

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

- Ja, s.o., zerstörerische Branchen sind von einer Zusammenarbeit grundsätzlich ausgeschlossen

Falls nicht, wäre dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

D4 Kund*innen-Mitwirkung 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?
 - Grundsätzlich haben wir v.a. hoch individualisierte Angebote und Programme und wenig Standardisierung. Das bedeutet, dass wir unsere Angebote eigentlich immer mit dem Kunden zusammen auf Basis der Problembeschreibung besprechen und zusammenstellen und dabei aus dem breiten Portfolio von Coaching, Beratung, Moderation, Mediation Change und Training individuell auswählen. Hier besteht grundsätzlich immer eine sehr hohe Mitbestimmungsmöglichkeit. Angebote sind je Einzelleistung transparent und können so auch nach der Angebotsstellung noch ausgewählt werden.
 - Darüber hinaus bestehen für Kund*innen mehrere Möglichkeiten, auch längerfristige Strategien und Produktentwicklungen mitzugestalten: wir haben in 2020 einen Unternehmer*innen-Think Tank ins Leben gerufen, in dem sich Unternehmende austauschen und Bedarfe gemeinsam artikulieren und erste Produktentwicklungen vom Coachingzentrum und Freiburg Institut befeedbacken können. Eine in Entwicklung befindliche Ausbildung und das Modell zur Zukunftsfähigkeit wurden so maßgeblich mit beeinflusst. Auch viele andere Angebote im Rahmen der Coronakrise sind in einer gemeinsamen Entwicklungspartnerschaft z.B. mit dem Fraunhofer ISE entstanden. Zu guter Letzt haben wir gerade mehrere Pilotprojekte im Recruiting laufen, in denen gemeinsam neue Recruitingmethoden für agile Führungskräfte und Mitarbeitende erprobt und optimiert werden.
 - Zu guter Letzt können Kund*innen Mitglied im Coachingzentrum werden und sich so proaktiv an der Weiterentwicklung der Angebote, Prozesse und Zusammenarbeitsformen beteiligen.
 - Im ökologischen Bereich wurden ganz konkret Kunden-Produkte von Taifun für Cateringangebote in eigenen Veranstaltungen aufgenommen.
- Welche Produktinformationen sind öffentlich zugänglich (Inhaltsstoffe, Wertschöpfungskette, ökologisch relevante Informationen, Preisfindung)?
 - Alle Forschungsmodelle, die viele unserer Angebote prägen sind vollumfänglich auf der Homepage einseh- und downloadbar.
 - Auch unsere wesentlichen Subdienstleister und Kooperationspartner*innen sind auf der Homepage geführt.
 - Der GWÖ-Bericht wurde angegangen, um die ökologisch-sozialen Auswirkungen unserer Arbeit zu reflektieren und transparent zu machen. Er wird auf der Homepage veröffentlicht werden.
 - Außerdem sind unsere Mission und die darin enthaltenen Kriterien zur Auswahl von Kunden und Projekten sind ebenfalls auf der Homepage transparent

Verpflichtende Indikatoren

- Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund*innen entstanden sind.
 - Schwierig zu bemessen, da in Entwicklung und Zusammenstellung aller Angebote Kunden mitgewirkt haben
 - Besonders deutlich im gesamten Bereich „Zukunftsfähige Organisationen“: Modell, Workshops, Artikel & Blogbeiträge, Befragung, Ausbildung
- Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes).
 - Nicht wirklich relevant
 - Im übertragenen Sinne gibt es für alle Seminare, Workshops und Programme im Vorhinein eine Agenda mit Inhalten – dann 90%
- Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes).
 - 100%, in allen Angeboten werden die einzelnen Dienstleistungen in allen einzelnen Positionen aufgeschlüsselt

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Unternehmer*innen-Think Tank, Entwicklungspartnerschaften zur Krisenangeboten und Recruiting

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Prüfung der Aktualität von allen Subdienstleistern und Kooperationspartner*innen auf der Homepage.
- Weiterentwicklung des Konzepts der Entwicklungspartnerschaften mit klaren und transparenten Vorteilen für Entwicklungspartner – z.B. bei den Recruiting-Tools
- Weiterentwicklung des Konzepts der Coachingzentrumsmitgliedschaft und Stärkung des Einbezugs der Mitglieder in Strategieentwicklung

Bewertung:

- 7 (vorbildlich): Kundenbeirat ist durch Mitgliedschaft im Coachingzentrum institutionalisiert, könnte noch systematischer genutzt werden

D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Berichtsfrage

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

- Coaching hat nur sehr wenige schädliche Nebenwirkungen (nach entsprechenden wissenschaftlichen Studien). Zudem wird durch Evaluation in allen Bereichen sichergestellt, dass die positiven Wirkungen deutlich überwiegen.

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der

Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

- Welche der neuen Grundbedürfnisse (siehe unten) erfüllen die Produkte/Dienstleistungen des Unternehmens? In welcher Form dienen unsere Produkte/Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?
 - Das Grundmodell unserer Arbeit der Freiburger Erfolgsfaktoren orientiert sich an den psychologischen Grund-Bedürfnissen zur Unterstützung des persönlichen Wachstums der Teilnehmenden und ihrer psychologischen und sozialen Gesundheit. Diese Erfolgsfaktoren bilden die Grundlage praktisch aller unserer Angebote:
 - Soziale Einbindung soll gestärkt werden durch vertrauensvolle Kooperation, Zusammenarbeit und Verantwortungsdelegation
 - Sinn und Orientierung soll gestärkt werden durch klare Entscheidung, iterative beherrzte Führung und eine Ausrichtung auf den Mehrwert für Kund*innen und die Gesellschaft
 - Autonomie und Selbstwirksamkeit soll gestärkt werden durch eine wertschätzende, positive Ressourcenorientierung, agile Zusammenarbeitsformen, Experimentierfreude und Mut, auch im Angesicht von Problemen oder Herausforderungen
 - Die Evaluation aller Angebote ist entlang dieser Erfolgsfaktoren aufgebaut und bestätigt mit sehr, sehr guten Evaluationsergebnissen durchgängig die Wirksamkeit der Angebote entlang dieser Erfolgsfaktoren. Unsere Evaluations-Zielwerte liegen in deutschen Schulnoten im Coaching zwischen 1,4 und 1,6, bei Trainings zwischen 1,5 und 1,7, sowie bei Change-Workshops oder virtuellen Trainings zwischen 1,7 und 1,9. Diese werden im Durchschnitt eigentlich immer erreicht oder sogar übertroffen.
- Welche der Produkte/Dienstleistungen sind Luxusprodukte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenschädliche Produkte des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können?
 - Grundsätzlich bieten wir keine reinen Events oder reinen Anerkennungs- und Feierveranstaltungen. Der Inhalt steht grundsätzlich im Vordergrund unserer Programme, auch wenn ausgelassenes Beisammensein zum Teambuilding punktuell durchaus in Abendaktivitäten integriert wird.
 - Grundsätzlich buchen wir keine Luxushotels oder -events, buchen Übernachtungen in Hotels einer durchschnittlichen Preisklasse und reisen in der Bahn 2. Klasse.
 - Auch Weihnachtsfeiern oder Teamtage, an denen wir es uns gut gehen lassen wollen, finden in einer angemessenen Preisklasse statt.
- Welche gesellschaftlichen/ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch unsere Produkte/Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert? (Orientierung an UN-Entwicklungszielen, siehe vertiefende Online-Informationen unter: https://de.wikipedia.org/wiki/Ziele_f%C3%BCr_nachhaltige_Entwicklung oder https://de.wikipedia.org/wiki/Manfred_Max-Neef)

- Organisationsberatung, Training, Mediation und Coaching fördern direkt als Hauptauftrag persönliche (psychische und soziale) Gesundheit, organisationalen Frieden und persönliche Weiterentwicklung und Bildung
- Das gesamte Programm zur Zukunftsfähigkeit von Organisationen fördert zudem die Effektivität und nachhaltigen Wertbeitrag von Organisationen in der Gesellschaft für die Mitarbeitenden, Kund*innen, Partner*innen und die Gesellschaft als Ganzes incl. den ökologischen Auswirkungen.
- Unser Hauptprojekt mit dem Schweizer Wirtschaftsministerium in 2020 und den ca. 4 Folgejahren hat zudem das Ziel, die Beschäftigung in der Schweiz durch eine Optimierung der Arbeitslosenberatung zu erhöhen.
- Zudem fördert unsere Forschung und die transparente Veröffentlichung und Weitergabe ihrer Ergebnisse den wissenschaftlichen Erkenntnisfortschritt für die Allgemeinheit.
- Alle diese Angebote werden durch öffentliche Veranstaltungen (Impulscafés), den Newsletter und die Homepage auch Nicht-Kund*innen zur Verfügung gestellt.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes:

1. Erfüllte Bedürfnisse
 - decken Grundbedürfnisse 100 %
 - Statussymbol/Luxus 2 %
2. Dienen der Entwicklung
 - der Menschen 100 %
 - der Erde/Biosphäre 10 %
 - löst gesellschaftlich/ökologische Probleme lt. UN-Entwicklungszielen 100 %
3. Nutzen der Produkte/Dienstleistungen – alles nur grob geschätzt:
 - Mehrfachnutzen/einfacher Nutzen 90 %
 - Hemmender/Pseudo-Nutzen 8 %
 - Negativnutzen 2 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Erweiterung der Erfolgsfaktoren auf die Ebene zukunftsfähiger Organisationen und damit Integration gesellschaftlicher Fragen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Weiterentwicklung des Modells zukunftsfähiger Organisationen incl. entsprechender Angebote, Ausbildungen und Programme

Bewertung:

- 7 (vorbildlich)

E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfrage

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

- ja

Falls nicht, wäre dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

E2 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?
 - Das Freiburg Institut und das Coachingzentrum Freiburg zahlen vollumfänglich Lohnsteuer und SV-Beiträge für alle Angestellten, die die gesetzlichen Grenzen von Minijob oder Werkstudierendentätigkeit übersteigen. Das Einkommen aus den Firmen wird zudem vollumfänglich in der Einkommenssteuererklärung deklariert. Es gibt die gesetzlichen Abschreibungen für Investitionen in den Unternehmen und bei der GbR für die Immobilie. Ansonsten werden keine Verluste gegengerechnet, keine kreativen Finanz- oder Standortmodelle betrieben. Das Schweizer Konto des Freiburg Instituts, das für die vielen ein- und ausgehenden Überweisungen im Rahmen des großen Schweizer Projekts geschaffen wurde, ist transparent geführt und deklariert.
 - Die Unternehmen erhalten aktuell keine Subventionen oder staatlichen Förderungen, auch wenn in den letzten Jahren zusammen mit den Partneruniversitäten vereinzelt Forschungsförderungsanträge für Entwicklungsprojekte gestellt wurden.
 - Indirekt profitiert das Freiburg Institut über die Kooperationen mit universitären Partnern von den Forschungsressourcen dieser Partner, wenn diese in der Erforschung oder Veröffentlichung der Freiburger Erfolgsfaktoren mit aktiv sind. Dafür stellt das Freiburg Institut im Gegenzug für die Forschung hoch attraktive anonymisierte Forschungsdaten zur Verfügung und investiert seine Forschungs- und Praxisexpertise in die Projekte. In diesem Sinne unterstützen zwei Promotions- und eine Habilitationsstelle aus Salzburg indirekt und punktuell gemeinsame Kooperationsprojekte.
- 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?
 - Peter Behrendt, mehrere Mitglieder des Coachingsentrums und mehrere Mitarbeitende und Studierende des Freiburg Instituts leisten regelmäßig ehrenamtliches Engagement beim Demokratieverein AllWeDo. Dazu wird auch intern immer wieder aufgerufen. Kaum eine Demokratie-Veranstaltung von AllWeDo wäre ohne die ehrenamtlichen Moderationen und oder das ehrenamtliche Engagement möglich. Diese Veranstaltungen stärken die Demokratie und oder die Bürgerbeteiligung in Freiburg und

Baden-Württemberg. Dafür wurden die AllWeDo-Projekte in 2018 und 2019 bei nationalen Demokratiepreisen ausgezeichnet. In 2020 wurden einzelne größere dieser Projekt-Aufträge an das Freiburg Institut bezahlt, jedoch zu Tagessätzen die ca. 50% der üblichen Kundenhonorare des Freiburg Instituts betragen – damit reduzierten diese Aufträge den möglichen Gewinn des Instituts und waren nicht im wirtschaftlichen Eigeninteresse. In 2020 wurden 14 volle ehrenamtlich Mitarbeitenden-Arbeitstage im Projektsystem des Freiburg Instituts erfasst. Da diese Zeiten nicht erfasst werden müssen, könnte die geleistete Zeit deutlich darüber liegen.

- Mit der eigenen Forschung und den innovativen wissenschaftlich fundierten Coaching-Prüfungszertifikaten investiert das Freiburg Institut zudem in hohe Branchenstandards und wissenschaftlichen Branchenfortschritt. Die hohe Fundierung der wissenschaftlichen Beiträge des Freiburg Instituts wurde 2012 und 2014 bei nationalen Coaching-Forschungspreisen ausgezeichnet. Auch in diesem Bereich wurden mind. 40 unbezahlte Arbeitstage in 2020 investiert.
- Die Mitarbeitenden des Freiburg Instituts leisteten in 2020 zudem 44 unbezahlte Arbeitstage für die Mitarbeit im Coachingzentrum. Diese dienen natürlich auch dem Aufbau der Infrastruktur, der Organisation und dem gemeinsamen Marketing nach Außen. Die Arbeit unterstützt damit einerseits auch Eigeninteressen des Freiburg Instituts, gleichzeitig aber auch die anderen theoretisch konkurrierenden Beratenden-Mitglieder und die Mitglieds-Unternehmen. Gerade bei den Beratenden-Mitgliedern sind auch einige Berufs-EinsteigerInnen, die so über das Coachingzentrum einerseits eine Infrastruktur erhalten, die sie sich sonst nie alleine leisten könnten und zudem eine Marketingplattform, die sie aktiv für ihren Brancheneinstieg nutzen können.
- Wie stellt das Unternehmen sicher, dass illegitime Steuervermeidung oder Korruption und negativer Lobbyismus nicht begünstigt bzw. verhindert wird?
 - Steuervermeidung und Lobbyismus s. weiter unten und Negativaspekt
 - Korruptionsvermeidung: Wir führen keine Beraterverträge für Kund*innen, leisten keine Zahlungen an Privatpersonen, führen keine intransparenten Konten (ein transparentes Konto in der Schweiz), und haben das 4-Augenprinzip bei allen Zahlungen.

Verpflichtende Indikatoren

Umsatz 2020: ca. 715.000,-€ (excl. Mehrwertsteuer)

Nettoabgabenquote, darin sollen folgende Beiträge eingerechnet werden:

- effektiv bezahlte Ertragsteuern (Einkommenssteuer, Körperschaftssteuer):
 - ca. 85.000,-€
- Lohnsummenabhängige Steuern und Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitgeber:
 - ca. 51.474,69 € Lohnsteuer plus 50.053,09 € SV-Beiträge des Arbeitgebers
- Summe der Lohnsteuer und SV-Beiträge der unselbstständig Beschäftigten:
 - ca. 42.079,62 € SV-Beiträge der Arbeitnehmer
- abzüglich aller unternehmensbezogener Subventionen und Förderungen:

- minus 0,-€
- Diese Netto-Abgaben werden auf die ausgewiesene Wertschöpfung (Gewinn vor Steuern plus Fremdkapitalzinsen plus Einnahmen aus Mieten und Verpachtung) bezogen und ergeben damit die relative Netto-Abgabenquote.
 - Gewinn von ca. 220.000,-€ (vor Gehalt des Geschäftsführers, vor EK-Steuer, aber nach AN-Steuern und SV-Beiträgen)
 - Dies ergibt eine Netto-Abgaben-Quote von ca. 230.000,-€ Abgaben gegenüber 220.000,-€ Gewinn, also einer Netto-Abgabenquote von ca. 104%
- Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an betrieblichem Nutzen dieser Leistungen (in Prozent des Umsatzes bzw. der Gesamtjahresarbeitszeit):
 - ca. 50 Arbeitstage (s.o.) von ca. 1000 Arbeitstagen in Team, also 5%

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Fortführung der Investitionen in Forschung, Coachingzentrum und AllWeDo

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Ggf. perspektivisch eine Erhöhung der Investitionen insbesondere in Forschung

Bewertung:

- 9 (sehr vorbildlich): der steuerliche Beitrag ist deutlich höher als bei einem durchschnittlichen Angestellten, es werden über die wirtschaftliche Tätigkeit hinaus substantielle mit Preisen ausgezeichnete Beiträge zum Allgemeinwesen erbracht.

E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es keinerlei Praktiken betreibt, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entziehen?

- Ja, es wird alles ganz normal hier in Deutschland vor Ort in Freiburg versteuert. Falls nicht, wäre dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

Berichtsfrage

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

- Es werden keine Parteispenden oder andere Spenden getätigt und auch keine Lobbygruppen finanziert.

Falls nicht, wäre dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

E3 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?
 - Als Dienstleistung haben wir nur geringe Umweltwirkungen. Diese begrenzen sich im wesentlichen auf die Reisetätigkeiten, die Büronutzung und die Clouddienstleistungen.
- Welche Daten zu den wesentlichen Umweltwirkungen (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?
 - S.u. im Rahmen des GWÖ-Berichts
- Wie werden Umweltdaten veröffentlicht?
 - Über den GWÖ-Bericht

Verpflichtende Indikatoren

Entsprechend dem Tätigkeitsfeld des Unternehmens sind relevante Umweltkonten zu berichten: Die folgenden Größen werden auf durchschnittlich 500 Mitarbeitenden-% gerechnet, die in 2020 übers Jahr hinweg für das Freiburg Institut tätig waren. Bei Büroverbrauch wurden 10 Mitarbeitende im Coachingzentrum angenommen (5 FI, plus 3 vermietete Vollzeit- und 4 50% Arbeitsplätze).

- Benzinverbrauch (und dessen CO₂ Äquivalent) 2020:
 - Ca. 85 Liter bzw. ca. 200 kg oder **40 kg CO₂ pro Mitarbeitenden** – diese wurden jedoch vollumfänglich bei atmosfair ausgeglichen
- Stromverbrauch (und dessen CO₂ Äquivalent) in kWh bzw. kg
 - Ca. 9000 Km Bahn oder 1800km pro Mitarbeitenden (dies wurde auf Basis der gezahlten Tickets geschätzt; dabei gehen wir von ca. 0,10 € pro km aus: <http://www.dieeinsparinfos.de/quenstige-mobilitaet/bahn/kosten/>) – da die Reisen durchweg mit Bahncard gemacht werden, waren diese nach Angaben der DB CO₂-neutral – andersherum entspricht das ca. 1500 kg eingespartem CO₂ (300 kg pro Mitarbeitenden)
 - Clouddienstleistungen beziehen wir bei Microsoft, die angeben sehr effizient zu sein (<https://www.microsoft.com/de-de/berlin/artikel/neue-studie-bestatigt-microsoft-cloud-am-energie-und-co2-effizientesten.aspx>) und bis 2030 Co2-neutral sein zu wollen (<https://news.microsoft.com/de-de/co2-negativ/>). Nach einer Studie des Ökoinstituts Freiburg sind es durchschnittlich **213 kg pro Jahr und Nutzer** (<https://blog.oeko.de/digitaler-co2-fussabdruck/>).
 - Büro und Heizung: 6.387,5 kwh pro Jahr bzw. 0 kg da 100% erneuerbare Energie bezogen wird, davon entfallen 3200 kWh auf das Freiburg Institut und dies entspricht 640 kWh pro Mitarbeitenden
- Verbrauch von Trink- und Regenwasser: 52,5 m³, davon 26,25 m³ beim Freiburg Institut und 5,25 m³ pro Mitarbeitenden

- Papierverbrauch: ca. 75 kg, davon 37,5 kg beim Freiburg Institut und 7,5 kg pro Mitarbeitenden
- Kein Gasverbrauch (und dessen CO₂ Äquivalent) in kWh bzw. kg
- Keine Stromunabhängige Heizenergie (in Bezug auf die jeweilige Durchschnittstemperatur) in kWh/°C
- Kein Chemikalienverbrauch (giftig, ungiftig) in kg
- Kein Einsatz von sonstigen speziellen Verbrauchsmaterialien in kg
- Kein spezieller Kunstlichteinsatz in Lumen, kWh
- Keine Schadstoffemissionen in kg
- Kein Ausstoß klimawirksamer Gase in kg
- Keine sonstigen Transporte (und dessen CO₂ Äquivalent) in km bzw. kg

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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Deutlich reduzierte Reiseleistung seit dem Corona-Lockdown
- Erstmalsiger CO₂-Ausgleich für verbleibende PKW-Fahrten Ende 2020 für das gesamte Jahr 2020

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Klärung des genauen CO₂-Verbrauchs in unserer Microsoft-Cloud
- Ausgleich von CO₂, das auf Basis unserer Cloud-Dienstleistungen ausgestoßen wird
- Bericht im Coachingzentrum zu den Erkenntnissen und Verbesserungsmöglichkeiten
- Jährliche Erhebung der Verbräuche (insbesondere zu Cloud, Reisen und Stromverbrauch im Büro)

Bewertung:

- **3** (fortgeschritten): Umweltdaten bekannt, substanzielle Optimierungsstrategien vorhanden und erfolgreich umgesetzt, es fehlt die jährliche Institutionalisierung und der Ausgleich der Cloud

E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Berichtsfrage

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

- Ja, keine Produktion oder Abfälle oder sonstige mögliche Verstöße! Einzige Umweltbelastung entsteht durch die Reisetätigkeit. Diese werden durch möglichst klimaneutrale Reisemittel jedoch stark reduziert.

Falls nicht, wäre dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

- Deutliche Reduzierung der Reisetätigkeit durch Corona seit Mitte März 2020 – gleichzeitig wollen wir auch nach der Krise im Sinne des ganzheitlichen Menschen und der persönlichen Begegnung wieder mehr persönliche Kontakte fördern, was automatisch auch wieder eine höhere Reisetätigkeit fördern wird

E4 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)?
 - Die für unsere Arbeit relevanten gesellschaftlichen Berührungsgruppen, die unsere Arbeit nicht selbst beauftragen, aber von dieser Arbeit indirekt stark betroffen sind, sind die Mitarbeitenden der Kund*innen und die Kund*innen unserer Kund*innen. Meist erhalten wir unsere Aufträge von der Personalabteilung oder hohen Führungskräften, Geschäftsführenden oder Bereichsleitenden. Die Arbeit bezieht sich aber meist auf Prozesse und Verhalten (wie zB Führung oder Kundenservice), die das ganze Unternehmen und seine Kunden betreffen.
 - In allen größeren Programmen mit unseren Kunden, in denen es um substantielle organisationale Veränderungen geht, arbeiten wir soweit möglich, mit sogenannten hierarchieübergreifenden Change-Teams, die die Veränderungen begleiten und explizit Anforderungen, Anliegen und Perspektiven von verschiedenen Betroffenen einbringen. Zudem arbeiten wir mit regelmäßigen Kamingsgesprächs-Formaten, um auch über diese Change-Teams hinaus einen hierarchieübergreifenden Dialog zu fördern, oder mit Mitarbeitendenbefragungen.
 - Eine vom Freiburg Institut (weiter-)entwickelte Coachingmethode ist das Video-Verhaltens-Feedback. Darin erhalten die Coachees eine Rückmeldung zu ihrem Verhalten auf Basis der im Video sichtbaren Reaktion ihrer Gegenüber. Diese nutzen wir in vielen Bereichen als Alleinstellungsmerkmal ein und fokussieren so sehr stark auf die Wirkung des Coachings auf andere Betroffene.
 - Bei allen Studien, in denen wir Methoden evaluieren, arbeiten wir mit Zielkennzahlen, die erheben, inwieweit verwendete und zu evaluierende Methoden erfolgreich sind. Dabei fließen immer verschiedene Betroffenenperspektiven mit ein:
 - bei Kundenservice zB die Rückmeldung der Kunden,
 - bei Arbeitslosenvermittlung v.a. die Geschwindigkeit der Reintegration, aber auch die direkte Rückmeldung der beratenen Arbeitslosen,
 - bei Innovation ist es v.a. die Entwicklungsgeschwindigkeit und der Markterfolg der Innovationsprojekte, aber auch die Rückmeldungen der Mitarbeitenden
 - bei Führung ist es v.a. die erfolgreiche Arbeit des geführten Teams, aber auch die direkte Rückmeldung der Geführten
 - bei Coaching ist es v.a. die Kundenrückmeldung des Coachee einen Monat nach dem Coaching, je nach

- Beauftragung auch durch die beauftragende Stelle (z.B. die Führungskraft)
- bei der Zukunftsfähigkeit von Organisationen sind gerade Fragebögen für Führungskräfte, Mitarbeitende, Partner*innen und Kund*innen in der Entwicklung, die ein sehr umfassendes Bild auf die Zukunftsfähigkeit der Organisation geben sollen
 - Wie oben bereits beschrieben werden alle grundsätzlichen Methoden und Erkenntnisse über unsere Homepage, unsere Newsletter, Blogs und Interviews und wissenschaftliche Artikel und Fachbeiträge veröffentlicht und somit öffentlich zugänglich gemacht.
 - 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?
 - Die indirekt betroffenen Berührungsgruppen können über die oben beschriebenen Evaluations- und oder Dialogverfahren Rückmeldungen geben, wenn diese von uns und den Kunden im Rahmen von größeren Projekten eingesetzt werden.
 - Zudem bieten wir zu allen unseren Themen regelmäßige Impulscafés, die in 2020 kostenfrei und öffentlich ausgeschrieben waren. Hieran können sich alle Interessierten offen beteiligen und eigene Gedanken und Ideen einbringen.
 - Zu gesellschaftlichen Fragen organisiert AllWeDo regelmäßig Dialogveranstaltungen für Bürger*innen, an denen das Freiburg Institut ehrenamtlich mitgewirkt hat.

Verpflichtende Indikatoren

- Veröffentlichung eines Gemeinwohlberichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung
 - Dieser Bericht und die Bewertung werden auf der Homepage des Freiburg Instituts erstmalig veröffentlicht werden.
 - Die Mission und unsere Standards sind bereits jetzt auf der Homepage veröffentlicht.
- Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen (in % der relevanten Entscheidungen, je nach Mitbestimmungsgrad)
 - Ist in unserem Umfeld nicht sinnvoll quantifizierbar

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Entwicklung einer Videoanalyse zur Betroffenenperspektive.
- Umsetzung eines ersten Changeprojekts, initiiert durch eine Mitarbeitendenversammlung mit gelosten Mitarbeitenden aus allen Hierarchieebenen und Organisationsbereichen zusammen mit Caritas

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Weiterer Erkenntnisfortschritt zur Wirkung zB von Arbeitslosenberatung auf die Gegenüber durch erste Studien zu dem Betroffenenverhalten (und den dementsprechenden -reaktionen).

- Neue Fragebogenversionen zur Zukunftsfähigkeit von Organisationen aus Sicht von Mitarbeitenden, Partner*innen und Kund*innen.
- Veröffentlichung des ersten GWÖ-Berichts
- Institutionalisierung eines GWÖ-Berichts in einem zu definierenden Jahresabstand

Bewertung:

- 4 (erfahren)

E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Berichtsfrage:

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

- Ja, im Gegenteil werden alle Studien und Produktentwicklungen wissenschaftlich begleitet und vollumfänglich wissenschaftlich und journalistisch veröffentlicht.

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Ausblick

Kurzfristige Ziele

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

- Durchsprache der ganzen Verbesserungspotenziale mit allen Mitarbeitenden und darauf basierende Entscheidung, wo wir uns als Unternehmen verbessern wollen

Langfristige Ziele

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

- Abhängig von den Ergebnissen der Workshops (s. kurzfristige Ziele)

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

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

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

Der Gemeinwohl-Bericht kann zur nichtfinanziellen Berichterstattung gemäß EU-Richtlinie verwendet werden. Es ist Verantwortung des Unternehmens sicherzustellen, dass der Gemeinwohlbericht in der entsprechenden Tiefe und mit allen nationalen Erfordernissen der Umsetzung der Richtlinie erstellt wird.

In Österreich gilt das „Nachhaltigkeits- und Diversitätsverbesserungsgesetz (NaDiVeG)“, in Deutschland das „CSR-Richtlinien-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG)“.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

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

- Der Bericht wurden von dem Geschäftsführer und Inhaber, Peter Behrendt, erstellt.
- Zusätzliche Daten wurden von der Buchhaltung des Freiburg Instituts und dem Steuerberater geliefert.

Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?

- Ca. 10 Stunden für Gruppentreffen
- Ca. 10 Stunden für das Abfassen des Berichts
- Ca. 10 Stunden für das Lesen der anderen Berichte und die gegenseitige Bewertung.
- Ca. 4 Stunden für die Erfassung der Lieferantendaten und anderer Kennzahlen.

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

- Dieser Bericht wird in seinen Kernergebnissen im Governance Meeting des Freiburg Instituts vorgestellt - zusammen mit den Verbesserungsempfehlungen, um gemeinsam zu entscheiden, welche Verbesserungsmöglichkeiten angegangen werden sollen.

Datum: 12. April 2020