

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname: SpreeTrain Consulting

Rechtsform: Einzelunternehmen

Eigentums- und Rechtsform: Inhaberin

Website: www.spreeetrain.de

Branche: Consulting und Training

Firmensitz: Berlin

Gesamtanzahl der Mitarbeitenden: 0

Vollzeitäquivalente: 0

Saison- oder Zeitarbeitende: 0

Umsatz: 80.000 -110.000

Jahresüberschuss:

Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen: Netzwerkpartner*innen

Berichtszeitraum: 2016 - 2017

Kurzpräsentation des Unternehmens

SpreeTrain Consulting ist ein Beratungsunternehmen, das sich einer Beratung verschrieben hat, die auf nachhaltige Veränderung in Unternehmen und Nonprofitorganisationen zielt.

Bewegung schafft Veränderung! Diese Prozesse sollen fühlbar erleichtert, Potentiale geschickt entfaltet, Chance entdeckt und dadurch Menschen und Systemen Erfolg und Entwicklung ermöglicht werden. Ein nachhaltiger Entwicklungsprozess liegt in der Balance von klaren Zielstellungen und spontanen (Such-)Bewegungen, entstehenden Bedürfnissen und Anliegen der Organisationen und Menschen.

Seit 2016 fokussiert sich SpreeTrain Consulting auf Werte in Organisationen und versucht seit 10/2017 Nachhaltigkeitskonzepte aus anderen Bereichen auf Organisationen zu übertragen.

SpreeTrain tut dies durch Methoden aus dem Psychodrama, Soziodrama und Improvisationstheater spielerisch und handlungsorientiert, mit Humor und notwendiger Ernsthaftigkeit. Denken – Fühlen – Handeln wird durch psychodramatische Interventionen, erlebnisaktivierende und handlungsorientierte Methoden vernetzt, um eine nachhaltige Veränderung zu bewirken.

SpreeTrain arbeitet an den geeigneten Stellen mit dem Format Doppelmoderation, mit Videofeedback und dem sogenannten Shadowing. Ziel ist es insgesamt, Hilfe zur Selbsthilfe zu leisten, so dass die Berater*innen nicht mehr benötigt werden.

Produkte / Dienstleistungen

Ich biete Beratungsleistung zu folgenden Aspekten an:

- Personalentwicklung und wertbasierte Organisationsentwicklung
- Leitbildentwicklung und Implementieren des Leitbildes
- Strategiekonferenzen und Führungskompetenzen
- Teamentwicklung

Meine Trainingsleistungen bis 2017 bezogen sich auf alle Bereiche der sogenannten Softskills, u.a. Gewaltfreie Kommunikation, Selbst- und Zeitmanagement, Führungskompetenzen, gesund Führen und Konfliktmanagement. In 2015 war der Umsatz überwiegend aus Trainingshonorare zusammengesetzt. In 2016/17 waren Beratung und Training ungefähr 50%/50% am Umsatz beteiligt.

In 2017 begann eine Veränderung des Dienstleistungsangebotes. Bisher angebotene Workshops im Softskill-Bereich wurden rausgenommen und durch Moderationen ersetzt. Dies ist unter anderem der Frage geschuldet, ob die angebotenen Dienstleistungen wirklich nachhaltig und sinnvoll sind.

Das Unternehmen und Gemeinwohl

In 2017 begann ich zu dem Themenfeld demokratische Unternehmen und Partizipation zu recherchieren, weil SpreeTrain zukünftig stärker auf Beratungsleistungen im Themenfeld: Partizipation, Werte, Demokratie in Unternehmen, Holakratie usw. konzentriert sein sollte.

Ich hatte das dringende Bedürfnis, nachhaltiger zu wirken und positiven Einfluss zu nehmen auf Entfremdungsprozesse in Unternehmen und Organisationen.

Irgendwann stieß ich dabei zufällig auf den Lernweg der GWÖ und telefonierte mit einem GWÖ-Mitglied aus Stuttgart. Dann nahm ich Kontakt auf zu dem AK Unternehmensberater*innen in Berlin und war dort eher frei assoziiert, da es noch einen zweiten Schwerpunkt gab: Cradle2Cradle. Erst nach der C2C-Konferenz im Oktober 2017 entschied ich mich endgültig für ein stärkeres Engagement in der GWÖ und übernahm im November 2017 die Koordination des AK Unternehmensberater*innen.

Aktuell versucht das Unternehmen gemeinsam mit Kooperationspartnern ein Beratungsdesign zu entwickeln, das sowohl die Matrix der GWÖ mit im Blick hat als auch mit anderen Elementen aus der nachhaltigen Gestaltung von Landschaften u.ä. auf Unternehmen schaut. Ziel ist es, den Schwerpunkt vollständig auf die Nachhaltigkeitsberatung zu legen und alle anderen Tätigkeitsschwerpunkte, wie Personalentwicklung als Unterstützung dieser Prozesse zu verstehen.

Testat



**TESTAT:
AUDIT**

VOLLBILANZ

Gemeinwohl-Bilanz
2016 - 17

für: **Madlen Sanchino Martinez**
Auditor*in: **Regina Sörgel**

WERT	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITTENSCHIEDUNG
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette 10 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette 10 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette 50 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette 10 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln 80 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln 70 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung 0 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung - %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz 20 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge 60 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden 60 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz 90 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen 20 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern 60 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen 10 %	D4 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz 0 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen 10 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen 40 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen 0 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung 10 %
BILANZSUMME				248

Testat gültig bis: 31.10.2020

Mit diesem Testat wird das Audit der Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. Nähere Informationen zur Matrix, den Indikatoren und dem Audit-System finden Sie auf www.ecoopool.org

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

In den letzten 2 Jahren habe ich vor allem Moderationsmaterial, Energie, Internetdienste und Moderationsleistungen von Kolleg*innen eingekauft. Inzwischen sind alle Anbieter meinerseits ausgewählt nach: Verkauf von Produkten mit dem Blauen Engel und Cradle 2 Cradle-Label. Beides stellt sicher, dass die Rohstoffe zur Papierproduktion nachhaltig angebaut und aus Recycling gewonnen werden. Cradle 2 Cradle macht es möglich auch die Aspekte von fairen Arbeitsbedingungen, Entlohnung, effizienten Energieeinsatz und Material-Gesundheit mit im Blick zu haben.

Im Bereich der Dienstleitung ‚Moderation‘ achte ich darauf, dass die Kolleg*innen ein ähnliches Wertefundament teilen und ihnen der Umgang mit beispielsweise Menschen auf Augenhöhe und mit großer Wertschätzung genauso wichtig ist. Darüber hinaus arbeite ich mit Kolleg*innen zusammen, die eine hohe Sprachsensibilität mit Blick auf Diskriminierung besitzen, Diskriminierung, sexistische und allgemeine Äußerungen, die trennen statt verbinden offenlegen und besprechbar machen.

Dann kaufe ich ÖPNV- und Taxi-Dienstleistungen ein. In beiden Fällen kann ich keine Aussage über die Arbeitsbedingungen und Risiken der Menschenwürde machen.

Soziale Risiken in der Zulieferkette werden nicht evaluiert, ebenso wenig nehme ich Einfluss auf die Wahrung der Menschenwürde gegenüber den Bezugsgruppen der Lieferant*innen.

Der Anteil der zugekauften Produkte/Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wird liegt bei

Laufende Ausgabenposten	2016	2017
	%	%
Haftpflichtversicherung und Rechtschutz	251,67 EUR	251,67 EUR
	101,75 Euro	101,75 Euro
Miete Büro incl. Betriebskosten	1710 Euro	1746, 57 Euro
Strom	115,62 Euro	115,62 Euro
		0,2 %
Auto (KFZ-Versicherung und Kilometerpauschale)	2217 Euro	739,00 Euro

		(Auto im laufenden Jahr abgegeben)
Krankenversicherungen	7037,00 Euro	8.580,00 Euro
Fortbildung	1069,10 ca 2%	1746,83 ca. 3%
Öko Flip-Papier, Öko Druckerpapier; Farbstifte; Kreiden; Bleistifte, Kulis; Beratungs-Material; Kuverts; Öko-Druckerpatronen	1075,80 Ca 2 %	558,22 Ca 1 %
Fachliteratur	907,38	1145,73
Öffentlicher Verkehrsnutzung	2551,86 Ca. 5%	2092,95 Ca. 4%

Der Strom wird aus 100% grüner Energie erzeugt und die Büromaterialien sind alle Cradle2Cradle zertifiziert oder den blauen Engel. Auch die öffentlichen Verkehrsmittel würde ich als nachhaltig einstufen.

Bei den anderen Ausgaben kann ich die Aspekte in der Lieferkette nicht einschätzen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Einkauf der Moderationsmaterialien und Druckerpapier ausschließlich mit Blauem Engel und Cradle2Cradle
- Anbieterwechsel zu: Hoste Europe (nutzt regenerative Energie) und zu Ökostromanbieter für den Büroverbrauch an Energie
- Abschaffung des eigenen Autos in 5/2017

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Ökoanbieter beim Copyshop suchen
- Taxianbieter nutzen, die mit E-Autos fahren und Taxigebrauch einschränken und ÖPNV nutzen

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

Im Grunde weißt der Online-Handel (z.B. Shop, über den ich meine Moderationsmaterialien beziehe) ein Potential auf, die Menschenwürde zu verletzen. Am ehesten wohl über unfaire Arbeitsbedingungen und Entlohnung. Gleiches gilt auch für den Bereich der Taxi-Unternehmen. Auch hier kann es sein, dass unfaire Löhne bezahlt werden, die ein menschenwürdiges Leben nicht ermöglichen.

Ich selbst habe keinen Einfluss auf meine Zulieferketten, der es ermöglicht die Gefahren zu reduzieren. Ich kann nur über die Wahl meines Zulieferers Einfluss nehmen, indem ich dann dort keine Leistungen mehr beziehe.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert: s.o.

Verbesserungspotenziale:

- Recherche zu den Arbeitsbedingungen und Gehältern des Taxiunternehmens und Online-Handels das ich nutze und dann Lieferanten nach den Ergebnissen aussuchen

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen

In meinem Unternehmen gibt es keine/n direkten dauerhaften Lieferanten*innen mit denen ich in Geschäftsbeziehungen stehe.

Ca. 2x im Jahr beziehe ich Moderationsmaterial in kleinen Mengen mittlerweile bei einem Anbieter meines Vertrauens. Dort beziehe ich auch mein Papier, das C2C-Silber zertifiziert ist.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

In 2018 werde weiter die nächsten anstehenden Bestellungen für Moderationsmaterial, Papier und andere Produkte bei einem Onlineshop kaufen, der sich auf nachhaltige Produkte spezialisiert hat: <https://www.memo.de/>

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

Zunächst einmal war es wichtig herauszufinden, welche Produkte, die benötigt werden, so eingekauft werden können, dass sie den gängigen Nachhaltigkeitssiegeln unterliegen.

Da das Unternehmen keine Lieferant*innen-Verträge hat, nimmt es keinen Einfluss auf die Lieferant*innen und überprüft auch keine dortigen Verhältnisse oder Missstände.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Einkauf der gesamten Lebensmittel in der LPG!

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

Das Unternehmen hat keine Marktmacht gegenüber seinen Lieferant*innen. Dementsprechend gab es auch keine Beschwerden oder Berichterstattung.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Seit 2017 kauft das Unternehmen:

100% Papier: das Cradle2 Cradle zertifiziert ist

70 % Schreibwaren aller Art: die den Blauen Engel tragen

50% Handtücher für die Toilette und Toilettenpapier in Anteilen: Cradle2Cradle zertifiziert

100% Strom: GrünEnergie 100% Ökostrom aus Solar und Windkraft

70% Lebensmittel: Fleisch aus Bioproduktion und Milchprodukte aus Glasflaschen, Altnaturprodukte usw. (EU-Biosiegel, FAIRETRADE, LPG- Bioladen-Produkte)

Ökologische Risiken werden in der Zulieferkette nicht evaluiert und es gibt auch keine Maßnahmen. Einzig, die Auswahl der zugekauften Produkte bei Händlern mit o.g. Siegeln verringert den ökologischen Fußabdruck.

Durch Gespräche und Austausch mit Kolleg*innen im Bereich Training und Consulting vermute ich, dass viele Mitbewerber*innen den Einkauf der Moderationsmaterialien weniger nach ökologischen, denn nach vermeintlichen Qualitätskriterien (Einkauf bei Neuland) wählen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Im Grunde könnte überlegt werden, bei den Händlern nachzufragen und zu bitten ihre Lieferketten offen zu legen.

Darüber hinaus können alle Lebensmittel in der LPG oder bei einem Biobauernhof der Region eingekauft werden. Gleiches gilt beim Zukauf von Schreibwaren. Hier liegt die Quote geringer, weil Bleistifte und Kugelschreiber nicht über den sonst ökologisch orientierten Onlineshop zu beziehen sind.

Ein weiteres Projekt besteht darin, in dem Supermarkt nebenan nachzufragen, was passieren muss, damit der Supermarkt vollständig auf Plastiktüten verzichtet. Hier hat bereits eine erste Kontaktaufnahme stattgefunden, wobei ich an die Hauptzentrale der Kette verwiesen wurde.

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

Besonders hohe schädliche Umweltauswirkungen liegen im Bereich der Druckerpatronen vor. Die derzeit genutzten Patronen sind nicht zertifiziert, insofern ist unter dem Aspekt von Schädlichkeit der Farbe (Giftstoffe und Ausdünstung) mit einer hohen Belastung zu rechnen. Anteil der eingekauften Produkte am Gesamtvolumen beträgt vermutlich ca. 20 %.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Mit Blick auf die Druckerpatronen ist noch keine Verbesserung im Berichtszeitraum vorgenommen worden.

Verbesserungspotenziale: Ziel in 2018 sollte es sein, nach umweltzertifizierten Alternativen zu recherchieren und diese Produkte einzusetzen.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen

Den Lieferant*innen werden keine Informationen zur Verfügung gestellt und es gibt auch keine Rückkopplung dazu. Das ergibt sich aus dem Status als Einzelunternehmerin.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

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

Der Einkauf der Papierwaren von c2c-zertifizierten Produkten fördert Transparenz und Mitentscheidung durch die Kriterien, die diese Zertifizierung mit sich bringt.

Ansonsten gilt, dass als Einzelunternehmerin hier kaum eine Aussage zu treffen ist.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

In meinem Unternehmen gibt es nur Eigenfinanzierung.

Ich vermute, dass in meinem Bereich der Eigenkapitalanteil der Branche bei 100% liegt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

siehe oben

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen

SpreeTrain ist mit dem Geschäftskonto bei der GLS Bank in Berlin und hat sich damals bewusst entschieden, dort hinzugehen, wo ich selbst über den Einsatz bestimmen kann. Abgesehen davon ist die GLS Bank eine der wenigen Banken, die nicht in Rüstungsprojekte investiert, was ein wichtiges Entscheidungskriterium ist.

Es gibt eine Rentenversicherung bei der Allianz und eine bei der Sparkassenversicherung Chemnitz. Beide Unternehmen zeichnen sich nicht durch ethische Haltungen aus.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Es ließe sich prüfen wie groß die Verluste sind, würden beide Rentenversicherungen aufgelöst und in andere Projekte investiert.

Im Juni 2018 steht ein Treffen mit der GLS Bank und mit der Ethik-Bank an, um eventuelle Überschüsse nachhaltig anzulegen.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

Hier greift sicher die Überlegung zu den Gesprächen mit der GLS und der Ethik Bank.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

Negativ-Aspekt B2.2 Unfaire Verteilung von Geldmittel

siehe oben

Im Berichtszeitraum wurde verbessert: -

Verbesserungspotenziale: -

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen

Folgende Bilanzen lassen sich für 2016 und 2017 ziehen

	Jan/2017 - Dez/2017	Jan/2016 - Dez/2016	
betriebliche und sonstige Erlöse	67.983,06	94.731,69	
Umsatzsteuer	12.500,50	16.453,94	
Betriebseinnahmen	80.483,56	111.185,63	
Betriebsausgaben	33.555,70	55.684,88	
betriebswirtschaftliches Ergebnis der Einnahmen-Ausgaben-BWA	46.927,86	55.500,75	

Der Gewinn fließt zurück in:

- Lebenserhaltungskosten, Miete und weitere Fixkosten, wie Versicherungen
- Unterhalt und Versorgung des Kindes
- Ehrenamtliches Engagement und Pro Bono Tätigkeiten
- Vereinsmitgliedschaften ins Vereinen, die sich mit sozialen Projekten beschäftigen (Campac, Cradle2Cradle usw.)
- Urlaub usw.
- Bücher und Events
- Bis Mai 2017 Auto

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Auch hier kann geprüft werden, den Anbieter in den Privatversicherungen zu wechseln und den Neuanbieter auf seine ethische Haltung und Verwendung der Geldmittel hin auszusuchen.

B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung

Mein Steuerberater habe ich ausgesucht unter dem Aspekt: Zuverlässigkeit und Genauigkeit und eine Person, die den Fokus Steuerhinterziehung und Tricks für Kund*innen nicht hat.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

Negativ-Aspekt B3.3 Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

siehe oben

Im Berichtszeitraum wurde verbessert: -

Verbesserungspotenziale: -

B4 Eigentum und Mitentscheidung

B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

siehe oben

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

Negativ-Aspekt B4.2 Feindliche Übernahme

siehe oben

Im Berichtszeitraum wurde verbessert: -

Verbesserungspotenziale: -

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur

Es gibt keine festen Mitarbeiter*innen im Unternehmen. Allerdings kommt es ca. alle 2 Jahre zu einer Kooperation mit Kolleg*innen.

Im Fall der Zusammenarbeit in Projekten, werden alle Beteiligten in die Struktur, den Prozess, die Vorbereitungen und Nachbereitungen mit eingebunden. Qua eines gemeinsamen Online-Ordnern sind alle Informationen und Dokumente jederzeit für alle Beteiligten einsehbar und/oder Konzepte werden gemeinsam in einem Dokument entwickelt und geschrieben.

Gemeinsame Projekte werden in Arbeitspakete gegliedert, für die jeweils die Person den Hut auf hat, die entweder den Bereich gerne übernehmen will oder auch, die die beste Eignung/Kompetenz dafür mitbringt. Häufig ergibt sich das in Kooperationen sehr organisch, da die Synergien durch die Unterschiedlichkeit der betreffenden Personen entstehen.

Einen hohen Stellenwert haben gemeinsame Werte im Umgang mit Menschen im Projekt. Die Fehlerkultur würde ich zusammenfassen unter dem Motto: ‚Ohne Fehler keine Entwicklung‘. Konflikte werden durch Reflexion und Gespräche beigelegt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- gemeinsame Onlineordner
- regelmäßige Planungsmeetings und Rückkopplungsschleifen
- gleichmäßige Verteilung der Arbeitspakete nach Kompetenz und Wunsch

Verbesserungspotenziale/Ziele:

In zukünftigen Kooperationen können im Nachgang kleine Umfragen erhoben werden, die Zufriedenheit der Zusammenarbeit und Wachstumsfelder beschreiben. Bisher wurde hier noch nicht in einem festen Ritual die Zusammenarbeit evaluiert.

Klärung der Wertegrundlage mit Blick auf den ökologischen Fußabdruck und die GWÖ-Bilanz in einem 60 min Gespräch vor Beginn der Kooperation.

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Im Grunde kann der Aspekt der Gesundheitsförderung lediglich auf mich selbst hinterfragt werden, da es keine Maßnahmen o.ä. gibt, die meine Kooperationspartner*innen betreffen. Im Berichtszeitraum war ich ca. 8 Tage – 10 Tage im Jahr krank. Da ich selbst keine Krankschreibung benötige, kann ich es nicht 100%ig sagen oder belegen. damit ist meine eigene Krankenquote natürlich sehr niedrig. Betriebsunfälle (Stolpern über Beamerkabel o.ä.) hat es keine gegeben.

Als Maßnahme zur Gesundheitsförderung lässt sich vielleicht mein Tanzkurs in 2016 ansehen. Ich bin regelmäßig wöchentlich Salsa-Tanzen gegangen. Das Training war tatsächlich als Alternative zu einem Fitnesscenter gedacht. Leider habe ich das im März 2017 wieder eingestellt.

Gesundheitliche Herausforderungen in der Selbständigkeit liegen in jedem Fall in der Selbstüberforderung, also eine zu hohe Wochenstundenzahl. Daneben sind der intensive Kontakt zu Menschen und die Arbeit mit vielfältigen Problem- und Konfliktlagen emotional- und psychisch eine Herausforderung.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Eine Maßnahme, die im Berichtszeitraum eingesetzt wurde, um den Herausforderungen umzugehen waren Supervisionen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bei Bedarf sollten Supervisionen in 2018-19 häufiger, auch präventiv eingesetzt werden. Eine festgesetzte Anzahl scheint mir gerade nicht sinnvoll, da zurzeit sehr viel weniger Trainings und Moderationen anstehen.

Darüber hinaus sollte zur Gesundheitsförderung die körperliche Betätigung als Gegengewicht zur konzeptionellen Schreibtischarbeit aufgenommen werden. Schritte bis 05.2018

1. Entscheidung welche Art Sport
2. Angebotsrecherche und Anmeldung
3. Durchführung mind. 2x die Woche

C1.3 Diversität und Chancengleichheit

Im Grunde gibt es hier nichts weiter zu ergänzen und ich verweise auf C 1.1. für die Frage Ausgleich von Hierarchie und Talentförderung.

Es gibt leider keine Erhebungen zur Diversität mit Blick auf die Kooperationspartner. Beim Alter und Geschlecht lässt sich sagen, dass es keine demographische Verteilung und geschlechtliche Diversität gegeben hat. Die Altersspanne der Kooperationspartner*innen liegt zwischen 38-43, also sehr altershomogen. Das Geschlecht ist überwiegend weiblich in einem Verhältnis von 1/3 zu 2/3. Keine der Kooperationspartner*innen hatte körperliche oder psychische Einschränkungen. Über die sexuelle oder religiöse Orientierung kann ich keine valide Aussage treffen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

Generell gilt zukünftig als Potential bei der Suche nach Kooperationspartner*innen die Kerndimensionen der Diversität mit im Blick zu haben. Im Bereich des Trainings ist das nicht ganz so einfach, da der Frauenanteil in der Branche recht hoch ist. Zu berücksichtigen ist auch, dass möglicherweise bei gleicher fachlicher Eignung von Frauen und Männern für mich als Unternehmerin Werte eine große Rolle spielen, die Wahl stärker beeinflussen als die Frage der Geschlechter-Diversität.

Negativ-Aspekt C1.4 Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Im Berichtszeitraum wurde verbessert: -

Verbesserungspotenziale: -

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

In der Regel basieren die Honorare der Kooperationspartner*innen auf den von ihnen eingebrachten Honorarvorschlägen. Für manche Aufträge führen wir Vorabsprachen und schauen gemeinsam welches Honorar für den potentiellen Auftrag angemessen ist. An dieser Stelle sind die Konditionen sehr transparent.

In einem Budget-Auftrag in 2016 habe ich mit den Kooperationspartner*innen ein Honorarvereinbart und die dazugehörigen Arbeitspakete abgesprochen. Hier hätte ich in jedem Fall transparenter sein können, über die Abflüsse aus dem Budget, so dass alle beteiligten jeweils im Blick haben, wieviel Geld in welche Bereiche fließt.

Mit Tagessätzen zwischen 500,00 - 1200 Euro lag der ausgezahlte Verdienst an Kooperationspartner*innen in einem guten Verhältnis zum Medianverdienst. Standortbezogen kann man damit sicher in Berlin (in Anhängigkeit von den Tagen, die gearbeitet werden können) sicher gut leben.

Die Bewertung ist allerdings schwierig, da es sich nicht um festangestellte Mitarbeiter*innen handelt und ich selbst keinen Einfluss auf die weitere Auftragslage der Kooperationspartner*innen habe.

Mit Blick auf die Ausgestaltung des eigenen Verdienstes hat das Unternehmen in den letzten Jahren stark an den eigenen Tagessätzen gearbeitet. In Abhängigkeit von einer menschenwürdigen Arbeitszeit und den notwendigen Lebenserhaltungskosten, die für mich auch ein Freizeitangebot einschließen, wurden die Honorare so erhöht, dass es zu keiner Überforderung durch eine überdurchschnittliche Arbeitszeit kommt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

In zukünftigen Kooperationen eine transparentere Honorargestaltung, wenn es sich um Großaufträge mit Budgetverantwortung handelt.

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

Die Arbeitszeiten werden gar nicht erfasst, sondern nur ‚gefühlte‘ kalkuliert. Dies gilt sowohl für mich, als auch mit den Kooperationspartner*innen.

Für mich persönlich spielen Überstunden keine Rolle bei Erfolg. Ich habe in den letzten Jahren gelernt, auf mich zu achten und über eine bestimmte Anzahl an Trainings nicht hinauszugehen.

In dem großen Projekt in 2016 ist dies durch die neuen Herausforderungen sicher nur zu 50% geglückt, da ich mir parallel zu dem reinen Projektumfang auch viel Wissen aneignen musste. Seit 2017 arbeite ich im Durchschnitt 35-38 Stunden, was mir ermöglicht hat, mich gesellschaftlich zu engagieren und teilzunehmen in Form von ProBono Moderationen oder Konzert- und Kinobesuche und für meinen Sohn und meine Freunde Zeit zu haben.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: 35-38 Stundenwoche in 2017

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

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

s. C 2.2

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

Negativ-Aspekt C2.4 Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

s. C 2.1

Im Berichtszeitraum wurde verbessert: -

Verbesserungspotenziale: -

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

Das Unternehmen bezieht seine Lebensmittel zu 70% aus biologischem Anbau. Allerdings sind nicht alle Produkte mit einem klaren Label versehen.

Fleisch aus Bioproduktion und Milchprodukte aus Glasflaschen, Alnaturaprodukte usw. (EU-Biosiegel, EU-Bio-Logo, FAIRETRADE, LPG- Bioladen-Produkte)

Da ich immer wieder unterwegs bin, kann ich jedoch die Selbstversorgung nach meinem Standard nicht jederzeit garantieren. Insofern erfolgt die Verpflegung aus ökologischer Herkunft eher zu 50%.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: ausschließliche Verwendung von Biofleisch

Verbesserungspotenziale/Ziele:

In 2018 wird das Fleischangebot auf 1x in der Woche reduziert. Es wird eine regionale Gemüsebox ab Juni 2018 bestellt, die saisonale Ernährung ermöglicht und gleichzeitig sicherstellt, dass kurze Lieferzeiten und Produktionswege gefördert werden. Darüber hinaus sind diese Wege besser einsehbar und nachvollziehbar mit Blick auf die GWÖ-Werte in der Lieferkette.

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

85 % Anreise mit den öffentlichen Verkehrsmitteln.

15% mit dem Auto (Carsharing)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: 5/2017 Abschaffung des eigenen Autos und nutzen von Car2go.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Ich plane mir 5/2018 ein E-Bike zu kaufen und stärker mit dem Rad unterwegs zu sein. Da ich viele Materialien transportieren muss, steht heute schon fest, dass ich bei Regen, Glätte und Schnee auf öffentliche Verkehrsmittel umsteigen.

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung

Als Einzelperson ist es mir wichtig, ökologische Aspekte der Produkte, die ich nutze, der Lebensmittel, die ich esse und der Beratungsleistungen, die ich anbiete in den Mittelpunkt zu stellen. Die damit verbundenen Werte kommuniziere ich an Kund*innen, Interessierte, Freund*innen und Bekannte.

Zusätzlich besuche ich in meiner Funktion als Berater*in 1x jährlich den Cradle2Cradle Kongress, um mit gleichgesinnten in den Austausch zu kommen und mehr über derzeit aktive ökologische und nachhaltige Bewegungen und Initiativen zu erfahren.

Meine eigene Weiterbildungswahl war ganz stark ökologisch getrieben, deshalb habe ich mich für den Lernweg der GWÖ entschieden.

In Kooperationsbeziehungen bin ich mit Kolleg*innen immer wieder im Austausch über faire Arbeitsbedingungen, ökologischen Einkauf von Materialien und auch Diversität und Gleichberechtigung in Unternehmen und Organisationen.

Insofern wird auch von außen sichtbar, auf welchem Fundament die Unternehmenskultur/meine Vorstellung einer ökologischen Unternehmenskultur steht.

In meinem eigenen privaten Umfeld lege ich viel Wert auf Aufklärung, beispielsweise über bestimmte Rohstoffe in Nahrungsmitteln, wie Palmöl. Es kann sicher och sehr viel mehr zum Gesprächsgegenstand werden, denn ich konnte feststellen, dass ‚steter Tropfen den Stein holt‘.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Aufklärende Gespräche über Ressourcen und Ressourcenverschwendung, Gespräche über Partizipation und Gleichberechtigung und Diversität in unserer Gesellschaft

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Sicher kann ich mein Umfeld noch stärker für ein ökologisches Verhalten und auch für die Frage einer ökologischen Unternehmenskultur sensibilisieren. Da ich Einzelunternehmerin

bin, sehe ich hier tatsächlich ein Verbesserungspotential, denn eine ‚Unternehmenskultur‘ jenseits von mir hat mein Unternehmen ja nicht.

Was konkret ließe sich tun. Vortrag vor befreundeten Kolleg*innen zum Thema: Ökologische Unternehmenskultur – Was ist das und wie kann ich es messen/bilanzieren? **Termin 9/2018.**

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

Es gibt Konsumangebote mit zu hohem Verpackungsanteil, dazu gehören in Folien eingeschweißte Käsescheiben, Essensbestellungen bei Lieferant*innen in Ein-Malverpackungen, Essen außer Haus/unterwegs, d.h. Salatplastikverpackung.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert: 70 % auf Reisen werden Thermoskannen genutzt statt 1x Becher.

Verbesserungspotenziale:

Deutliches Potential in 2018 liegt bei dem 100%igen Verzicht auf Coffe2go-Becher und der konsequenten Nutzung der Thermoskanne auch unterwegs.

Mitnahme von Lebensmittel statt Einwegmahlzeiten in Verpackungen unterwegs.

Recherche nach einem Lieferservice, der mit Mehrweggeschirr arbeitet.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

- vgl. C 1.1./ C.2.1

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

Negativ-Aspekt C4.4 Verhinderung des Betriebsrates

Im Berichtszeitraum wurde verbessert: -

Verbesserungspotenziale: -

D1 Ethische Kund*innenbeziehungen

D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen

Neue Kund*innen werden in der Regel über Netzwerkabende und persönliche Netzwerk-Kaffeetrinken gewonnen. Leider werden Stammkund*innen nicht auf eine spezielle Art und Weise betreut. Als Einzelunternehmerin habe ich mir bisher nie die Zeit genommen einen Verteiler und ein CRM aufzubauen.

Auch die Website spricht neue Kund*innen an. Bisher ist meine Website nicht barrierefrei, was derzeit Menschen mit Behinderungen als Auftraggeber*innen ausschließt.

Es gibt eine innere moralische Grenze, z.B. bei Honorarsätzen, die bestimmten Werten zugrunde liegt. Wenn ich das Honorar verhandle, dann überlege ich mir sehr gut, was meine Dienstleistung für den einzelnen Mitarbeiter*in oder Führungskraft kostet, d.h. ich teile den Satz durch die Anzahl der zu betreuenden Teilnehmer*innen. Dann setze ich den Betrag in ein Verhältnis zu dem potentiellen Output: Was können die MA nach einem Training? Wie wirkt sich das positiv auf den Gewinn des Unternehmens aus usw. Ich kann nicht genau sagen warum, aber es gibt eine Honorarvorstellung (3000 Euro/Tagessatz), die kann ich nicht mehr begründen, mit dem was ich für das Unternehmen leiste.

Umsatzstreben als Selbstzweck ist nicht Teil der Unternehmenskultur. Aufträge, die ich für moralisch bedenklich und sozial unverträglich halte, lehne ich ab.

Im Vordergrund steht der Kund*innennutzen. Ich denke, man kann das in meiner kleinen Organisation sehr gut daran sehen, dass ich mir viel Zeit nehme, Aufträge zu klären und dabei herauszufinden, ob ich tatsächlich die Richtige für diesen Auftrag bin. In solchen Fällen gebe ich Aufträge an Kolleg*innen ab. Insofern stehen die Kundenwünsche stark im Vordergrund und sind Maßstab. Allerdings nur so lange, wie sie nicht gegen meine eigenen moralischen Vorstellungen und Werte verstoßen. Reklamationen, bzw. ein negatives Feedback auf das Training wird genutzt, um mich weiterzuentwickeln. Ich versuche zu verstehen, wie es dazu gekommen ist, was die Kund*innen meinen und welche Bedürfnisse sie in dem Augenblick hatten.

Meine Bewirtungsausgaben liegen in dem genannten Zeitraum bei 456,51 Euro.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Ich habe mich in den letzten 2 Jahren von Aufträgen getrennt, deren Nutzen für die Teilnehmer*innen ich nicht mehr gesehen habe. Darüber hinaus kollidierten die Aufträge mit meinen Werten Partizipation, Augenhöhe und Wertschätzung. Meine Dienstleistung trug nichts zur Veränderung der Strukturen und Prozesse in der Organisation bei.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Ein Ziel soll es sein bis Ende 2018 die Homepage barrierefrei zu gestalten und ein CRM aufzubauen, dass den Kund*innen Wertschätzung zeigt und sie gleichzeitig einbindet. Ich denke da an eine Umfrage zu den gewünschten Themen/Dienstleistungen von meiner Organisation.

D1.2 Barrierefreiheit

Das Unternehmen hat keine barrierefreie Website, das ist für Kund*innen mit Behinderung eine Zugangssperre. Es gibt auf der Seite auch keinen Verweis darauf, dass die Beratungs- und Trainingsleistungen beispielsweise in leichter Sprache angeboten werden können.

Aufgrund meiner fehlenden Kompetenz in der Gebärdensprache und in Brailleschrift, sind meine Workshops auch nicht für Gehörlose oder die Unterlagen und Übungsblätter nicht für blinde Menschen geeignet.

Auf anderen Ebenen der Benachteiligung, z.B. durch Alter, Geschlecht, Hautfarbe usw. bin ich mit Blick auf Sprache wesentlich integrativer und bemüht potentielle Hürden abzubauen.

Leider werden benachteiligte Kund*innen-Gruppen nicht als Zielgruppe berücksichtigt und auch der Zugang wird nicht erleichtert.

Es gibt keine Erhebungen über den Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innen-Gruppen gekauft wird, denn benachteiligte Kund*innen-gruppen sind nicht meine Auftraggeber*innen. Allerdings habe ich in 2016 für die Stadt Leipzig einen Inklusionsprozess mitbegleitet, in dem es um das Erstellen eines Teilhabeplan ging unter größtmöglicher Berücksichtigung der Beteiligung der Betroffenen. In diesem Rahmen habe ich auch in einfacher Sprache moderiert. Sagen wir, ich habe es versucht!

In 2016 machte dieser Auftrag aber weniger als 3% meines Umsatzes aus.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bis Ende 2018 ist meine Homepage barrierefrei gestaltet. Ich werde meine Text in einfache Sprache übersetzen lassen.

Bis 06/2019 wird ein Konzept erarbeitet, das sich die Frage stellt, wie ich Menschen mit Benachteiligungen den Zugang zu meinen Produkten/Dienstleistungen weiter erleichtern kann und welche speziellen Angebote in den Dienstleistungskatalog aufgenommen werden können, die sich an benachteiligte Zielgruppen wenden.

Bis 06/2019 gibt es Überlegungen und Recherchen zu möglichen Kooperationspartnern (Brailleschriftübersetzer/ Gebärden-Dolmetscher*innen), die es ermöglichen auch Menschen mit Behinderungen einen direkten Zugang zu den Workshops zu ermöglichen und zu schauen, ob der Bedarf in dieser Zielgruppe vorhanden ist, Angebote nur für diese Zielgruppe zu konzipieren.

Negativ-Aspekt D1.3 Unethische Werbemaßnahmen

Da es in meinem Einzelunternehmen neben der Webseite keine Werbemaßnahmen gibt, ist diese Frage nicht zu beantworten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert: -

Verbesserungspotenziale: -

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen

In den vergangenen 2 Jahren hat das Unternehmen mit der Webraumfahrer GmbH und Apiarista Consulting in 2 Projekten kooperiert. Ziel der Kooperation war

1. Synergien der unterschiedlichen Kompetenzen und die Möglichkeit, gemeinsam größere Projekte zu übernehmen.
2. Ein Austausch von Ressourcen, denn mit den Webraumfahrern habe ich meine eigene Moderationskompetenz gegen die Kompetenz einer Webseitengestaltung getauscht. Ein für mich sehr interessantes Modell, das ich immer mal wieder praktiziert habe seit Bestehen von Spreetrain Consulting.

Zeit- und Ressourcenaufwand in 2016 für Unternehmen der gleichen Branche mit anderer Zielgruppe ca. 30 % . Und in 2017 Unternehmen der gleichen Branche mit anderer Zielgruppe ca. 7 % Unternehmen einer anderen Branche.

In Zukunft sind Kooperationen mit anderen Einzelunternehmer*innen geplant, um ein Netzwerk zu gründen und dann ganz gezielt Wissen, Information und andere Ressourcen zu tauschen und damit Aufträge zu generieren.

Wissen wird bisher in den Bereichen Projektmanagement, Moderationsknow-how und BWL, HR.

Ich würde das geplante Berater*innennetzwerk zum Thema Nachhaltigkeit als Erhöhung des Standards in der Branche verstehen. Ich bin sicher, dass die dort angebotenen Dienstleistungen zum Thema Nachhaltigkeit und die potentiell entstehenden Beratungsaufträge sich auch auf andere Beratungsunternehmen auswirken. Zumindest im

Rahmen der Kooperationen und dem Wissensaustausch mit anderen Einzelunternehmer*innen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Eintritt in die GWÖ

Verbesserungspotenziale/Ziele:

In 2018 und 2019 kann sich die Organisation um ein stärkeres Engagement bemühen, zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/qualitativen Branchenstandards beizutragen. Dies kann vor allem dadurch passieren, dass die gesammelten Links zur nachhaltigen Bestellung von Schreibwaren usw. im Netzwerk des Unternehmens verteilt werden und zur Bilanzierung aufgerufen wird.

Dabei können auch Initiativen wie Arbeiterkind.de mit eingebunden werden und dafür sensibilisiert, dass sie neue Kriterien für die Auswahl ihrer TrainerInnen festlegen.

D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen

SpreeTrain Consulting hat geringe Tagessätze und verzichtet auf die Honorierung einzelner Leistungen für Unternehmen im Nonprofit-Bereich. So wird Arbeiterkind.de für Moderationen ein Tagessatz von 50% unterhalb des normalen Tagessatzes gestellt. Vorbereitungen, Coachinggespräche mit der Führungskraft, Dokumentation usw. finden ProBono statt. Gleiches habe ich auch für die *Gelbe Villa* in Berlin getan.

Immer mal wieder kommen Aufträge, die aus zeitlichen Gründen nicht umgesetzt werden können. Diese Aufträge gebe ich dann an Kolleg*innen weiter, von denen ich weiß, dass es für sie eine Unterstützung ist und die aus meiner Perspektive einem ähnlichen Wertefundament haben. Das Volumen dieser Aufträge ist allerdings nicht größer als 1-2%.

Kolleg*innen stehe ich auch immer wieder für ein Sparring zur Verfügung, wenn Moderationen und andere Aufträge vorzubereiten sind. In diesen Zusammenhängen gebe ich Wissen und Erfahrung uneigennützig weiter.

In den letzten 2 Jahren folge ich dem Motto: *Dinge, die Du teilst kommen bereichert zu Dir zurück!*

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

Negativ-Aspekt D2.3 Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

SpreeTrain Consulting hat nicht wirklich die Größe andere Unternehmen stören, blockieren oder schädigen zu können. Im Grunde liegt der einzige Faktor, der hier eine Rolle spielen kann im Verbreiten von Gerüchten über Personen (eher als über Unternehmen). D.h. das zerstörerische Potential würde sich auf Einzelunternehmer*innen beschränken, die von ihrem guten Ruf leben.

Spreetrain selbst hat nicht den Anspruch Marktführer zu werden oder massive Anteile am Markt zu erobern. Derzeit beschränkt sich die ‚Expansionsstrategie‘ auf die vielen kleinen Schritte davor: Wo soll es eigentlich hingehen und wer sind die Kund*innen und was die Produkte in Zukunft.

Mit Blick auf das zu gründende Nachhaltigkeitsnetzwerk ist natürlich die Idee, so bekannt wie möglich zu werden und die Idee der Nachhaltigkeit in viele Organisationen zu tragen. In diesem Zusammenhang sollte dann die Frage des regionalen Marktes neu beleuchtet werden.

Bei der Darstellung des eigenen USP und der eigenen Produkte findet kein wertender Vergleich mit Mitunternehmen statt. SpreeTrain konzentriert sich ausschließlich auf die Darstellung der eigenen Stärken.

Eine Dumpingpreisstrategie findet seit 2014 nicht mehr statt und hat als Strategie auch nie stattgefunden (Aber bei Weiterbildungssträgern wurden Dumpinglöhne bezahlt!). Das hat zum einem mit der Reflexion den Fragen: *Wieviel bin ich wert und wieviel Arbeitszeit möchte ich pro Jahr aufwenden?* zu tun und zum anderen mit dem bewussten Verabschieden von Kunden, die Dumpinglöhne einfordern. Das ist nicht immer leicht, insbesondere in der Gründungsphase, denn es Bedarf auch einer Auftragslage, die Auftraggeber beinhaltet, die bereit sind wertschätzende Löhne zu bezahlen.

Verdeckte Preisabsprachen, Maximierung von Marktanteilen in der Unternehmensstrategie und der Aspekt der Patententwicklung findet bei *SpreeTrain* nicht statt.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert: -

Verbesserungspotenziale: -

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

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

Ökologische Auswirkungen gibt es durch die Produkte von Spreetrain in diesem Sinne nicht. Wenn man allerdings die Perspektive auf ein soziales Moment legt, dann ließe sich sagen, dass die ökologischen Auswirkungen eines Selbstmanagements-Trainings durchaus vorhanden waren. Ich hatte das Gefühl an der Selbstoptimierung und Selbstausschöpfung der

Mitarbeiter*innen beteiligt zu sein, da SpreeTrain selbst keinen Einfluss auf die Strukturen der Organisation hatte. Insofern habe ich beschlossen, mich von diesen Produkten zu trennen. In 2018 gibt es sie nicht mehr.

In 2018 bis April 2019 wird sich die Produktpalette von SpreeTrain weiter verändert. In den Fokus soll dabei die Frage nach einem nachhaltigen Organisationsdesign und Nachhaltigkeit in den Vordergrund treten. Insofern haben die Produkte dann positive ökologische Auswirkungen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: Veränderung der Produktpalette bis April 2019

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

Suffizienz ist bisher nicht im Geschäftsmodell verankert. Allerdings bemühe ich mich im Umgang mit den Materialien in den Tagungshäusern bei meinen Moderationen und Workshops maßvoll umzugehen.

Ich benutze die Rückseiten von Moderationskarten und Flipchartpapier und ich drucke Arbeitsaufträge nicht mehr aus, sondern lasse diese entweder vom Flip oder einer Power Point Folie abphotographieren.

In diesem Zusammenhang thematisiere ich die Gründe für mein Vorgehen und Verhalten und trete damit in einen Dialog über den maßvollen Umgang mit Materialien. Allerdings gibt es keine zielgerichtete Kommunikation die separat dazu auf die Förderung maßvoller Nutzung abzielt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

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

keine Angabe möglich

Im Berichtszeitraum wurde verbessert: -

Verbesserungspotenziale: -

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

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

Mit Blick auf unternehmerische Prozesse haben Kund*innen keine Mitsprachemöglichkeit oder Mitentscheidungsprozesse. Das liegt insbesondere an dem Einzelunternehmen und der fehlenden Möglichkeiten.

Allerdings haben Kund*innen ein großes Mitsprache- und Entscheidungsrecht wenn es um die Ausgestaltung der einzelnen Aufträge geht. Ich würde im übertragenen Sinn meine Auftragsklärungsgespräche und die Abstimmungsprozesse über das Vorgehen usw. durchaus positiv unter diesen Aspekt fassen.

Daneben ist meine innere Haltung: „Die Antwort und die Lösung liegt im System selbst.“ Ohne die Beteiligung der Kund*innen und einen partizipativen Prozess käme es also gar nicht zu sinnvollen Lösungen.

Gemeinsam mit den Kund*innen thematisiere ich immer wieder die Frage, wie die Prozesse, die Sie anstoßen wollen so angestoßen werden können, dass sie nachhaltig lebendig bleiben. Insofern habe ich einen Leitbildprozess und dessen Implementierung durch die Interaktion von haptischen Gegenständen und interaktiven Dokumenten begleitet. Diese Dokumente wurden von den Teilnehmenden selbst gestaltet und inhaltlich bestückt. Dadurch ist die Identifikation und die Verantwortung für den Prozess und die Implementierung des Leitbildes sehr viel höher. Die von mir etablierte Resonanzgruppe als Steuerungs- und Beratungsorgan gibt es auch 1 Jahr nach dem Prozess noch.

Nimmt man die Medien als Dienstleistungsinnovation liegt der Anteil der Produkte wahrscheinlich bei 1%. Das ist in meinem Dienstleistungsbereich der Beratung schwer zu beziffern. Allerdings finde ich es durchaus als innovativ in meiner Branche zu dem Leitbildprozess auch das Design der Medien mit anzubieten und hier aus einer Hand zu arbeiten.

Marktforschung wird gar nicht eingesetzt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

D4.2 Produkttransparenz

Informationen rund um das Themenspektrum in dem moderiert und beraten wird liegen offen auf der Homepage und können dort eingesehen werden.

Inhaltsstoffen und ökologisch relevante Informationen gibt es in Zusammenhang mit unserer Dienstleistung natürlich nicht.

Preise stehen überhaupt nicht auf der Seite. Das liegt zum einen daran, dass es wenig Standardanfragen gibt, in der Zeit und Umfang der Leistung über einen festen Pauschalbetrag abgedeckt werden kann. Im Grunde muss immer wieder individuelle geschaut werden, welches zeitliche Volumen und welche Personalkapazität benötigt werden und daran errechnet sich dann der Endpreis. Auch hierzu gibt es keine Informationen auf der Internetseite.

Bei den verpflichtenden Indikatoren lässt sich im Grunde nur festhalten, dass es keinen Anteil an Produkten/Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen gibt. Die anderen Fragen sind für mich irrelevant.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: Bis Ende 2019 werde ich eine transparente Preisstruktur auf der Internetseite veröffentlichen und versuchen, diese beiden Dinge von Unwägbarkeit und Klarheit miteinander zu vereinen.

Dann überlege ich, einen Teil meiner Dienstleistungen auf Spendenbasis zu stellen. Hier möchte ich gerne im Coaching beginnen und schauen, ob sich das so trägt. Ich finde den Gedanken nachhaltig und sozialökologisch Menschen, gemessen an ihren finanziellen Möglichkeiten und ihrem eigenen Wertempfinden, entscheiden zu lassen, was ihnen meine Tätigkeit wert ist.

Negativ-Aspekt D4.3 Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

keine Angaben möglich

Im Berichtszeitraum wurde verbessert: -

Verbesserungspotenziale: -

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

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

SpreeTrain Consultig hat einen Fokus auf dem Thema Werte in Organisationen und hat im Berichtszeitraum Leitbilddiskurse moderiert und ein Leitbild partizipativ mit einer Organisation entwickelt. Dabei stand insbesondere die Frage im Vordergrund: Nach welchen Werten wollen wir handeln und wir werden diese Werte bereits in der Organisation gelebt. Insofern

lässt sich sagen, dass dem *Aspekt Sinn und gesellschaftliche Wirkung* damit gut Rechnung getragen wurde. Insbesondere weil:

1. Die Beratung der Organisationen auf den Aspekt Partizipation der Beschäftigten abzielte und sich die Organisationen dann dafür entschieden haben.
2. Die angestoßenen Diskurse einen Raum eröffneten, in dem über Führungsverständnis, wertschätzenden Umgang und das Klima in der Organisation gesprochen wurde und Maßnahmen in den Fokus gerieten, die darauf abzielten, die Werte, die allen Beteiligten wichtig waren, zu leben und danach zu handeln.

Zusätzlich sind Einzelmodule des Unternehmens Trainings in gewaltfreier Kommunikation, die darauf abzielen, sich selbst in seinen Grundbedürfnissen besser zu verstehen und statt einer gewaltvollen, den anderen degradierende Sprache auf den anderen zuzugehen, bei ihm zu sein und zu versuchen so, eine gemeinsame Lösung insbesondere in Konflikten zu ermöglichen.

Transparenz und Mitentscheidung und auch Menschenwürde sind die Bezugspunkte für derartige Projekte und ermöglichen hier den Kund*innen eine Entwicklung.

Auch die durch das Unternehmen durchgeführten Moderationen dienen der Transparenz und Mitentscheidung. Insofern tragen diese Produkte in jedem Fall zum persönlichen Wachstum bei und fördern dadurch auch die Gesundheit des Einzelnen am Arbeitsplatz.

Kritisch bleibt hier anzumerken, dass bestimmte Produkte, z.B. ein Workshop zum Thema Selbstmanagement nicht ausschließlich diese Aspekte erfüllen, sondern auch zur Selbstausbeutung des Einzelnen in der Organisation beitragen können, weil das Produkt generell keine strukturelle Veränderung in den Organisationen erreicht und die Herausforderungen im Umgang mit Zeit gerne von Organisationen zu einem ‚Problem‘ des Einzelnen gemacht werden.

Da SpreeTrain hier keinen Einfluss auf die Struktur der Organisation hat, bietet das Unternehmen diese Workshops nur noch im Rahmen von Organisationsentwicklungsprozessen an und nicht mehr als Einzelworkshop.

Insgesamt lässt sich sagen, dass die Produkte von SpreeTrain in kleinem Rahmen dazu beitragen in Organisationen dafür zu sensibilisieren, dass Partizipation ein wichtiger Baustein ist, Menschen zu motivieren und ihnen zu helfen, ihr Potenzial zu entfalten. Mit Blick auf die Teamentwicklungen und Konfliktklärungen tragen die Produkte sicher dazu bei, die Beziehungsebenen zwischen Beschäftigten zu heilen und sich damit aus einer Spirale des gewaltvollen Umgangs zu lösen.

Hier kann sicher noch viel justiert werden, wenn es um die Frage der Einflussnahme seitens SpreeTrains auf strukturelle Elemente geht, damit Menschenwürde, Transparenz und Mitentscheidung übergreifend in den Organisationen verbessert wird.

Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes:

- Erfüllte Bedürfnisse:
 - Grundbedürfnisse (60 %)

- Dient der Entwicklung ...
 - der Menschen (90 %)

- Löst gesellschaftliche oder ökologische Probleme lt. UN-Entwicklungszielen (0 %)

- Nutzen der Produkte/Dienstleistungen:
 - Pseudo-Nutzen (30 %)

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Einflussnahme seitens SpreeTrains auf strukturelle Elemente geht, damit Menschenwürde, Transparenz und Mitentscheidung übergreifend in den Organisationen verbessert wird
- Veränderung des Produktportfolios hin zu Beratungsthemen mit dem Fokus Nachhaltigkeit

E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Wenn man davon ausgeht, dass die unter 1.1. genannten Aspekte den Grundbedarf an Wertschätzung und Menschenwürde erfüllen und durch eine Zufriedenheit im Arbeitsumfeld zu einem guten Leben beitragen, dann kann man sie dort stehen lassen und hier darauf hinweisen.

Die Aktivitäten im Bereich der sogenannten ‚Softskills‘ wenden sich grundsätzlich (durch die innere Haltung der Trainer*innen) dem Aspekt zu Gemeinschaft zu stärken, durch die immer wiederkehrende Sensibilisierung für den Umgang, die Bedürfnisse und die Kommunikation untereinander. Langfristig sollte es dadurch zu Einstellungsänderungen und dem Bewusstwerden von Verhaltensmotiven kommen.

Da die Workshops in der Regel einmalig sind, lässt sich jedoch nicht evaluieren, wie anhaltend der Wunsch der Teilnehmenden in den Workshops ist, die gewonnenen Erkenntnisse umzusetzen und im Arbeits- oder Privatalltag anzuwenden.

Verhaltensänderungen brauchen eine kontinuierliche Begleitung bis das zu verändernde Verhalten in die Routine übergeht.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Zukünftig ist es hilfreich, bei den Workshops zum Thema Softskills, also Verhaltensänderungen bezogene Trainings an Maßnahmen zu koppeln, die die Veränderung langfristig begleiten.

Negativ-Aspekt E1.3 Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Siehe Anmerkung zur potentiellen Selbstausbeutung bei Selbst- und Zeitmanagement

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

E2.1 Steuern und Sozialabgaben

SpreeTrain zahlt reguläre Steuern und Sozialabgaben.

Die Inhaberin hat sich freiwillig dazu entschlossen in der gesetzlichen Krankenversicherung zu bleiben, obwohl ein Wechsel möglich gewesen wäre.

Es gibt weder Subventionen noch Förderungen an das Unternehmen.

	Jan/2017 - Dez/2017	Jan/2016 - Dez/2016
betriebliche und sonstige Erlöse	67.983,06	94.731,69
Umsatzsteuer	12.500,50	16.453,94
Betriebseinnahmen	80.483,56	111.185,63
Betriebsausgaben	33.555,70	55.684,88
betriebswirtschaftliches Ergebnis der Einnahmen-Ausgaben-BWA	46.927,86	55.500,75
Beiträge zur Krankenversicherung	8.580	7037,00
Einkommenssteuer	10201,53	5126,49
Solidaritätszuschlag	144,70	435,27
Kirchensteuer	236,79	712,26

E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

- Mitgliedsbeitrag GWÖ 30,00 Euro pro Jahr
- Mitgliedsbeitrag Cradle2Cradle 30,00 Euro pro Jahr
- Pro Bono Moderationen und Beratungsleistungen ca. 4 Tage im Jahr
- Engagement in der GWÖ ca. 10 Tage im Jahr (seit 2017)

- Soziodrama als Methode des sozialen Lernens und Möglichkeit kritischer Reflexion und Handlungsfähigkeit ca. 15 Tage pro Jahr
- Aufklärungsarbeit in der eigenen Familie und im Freundeskreis

Der Eigennutzen dieser Tätigkeiten und Aktivitäten ist relativ gering. Vielleicht könnte man sagen, dass durch langfristig ein Netzwerk entsteht, das dem Unternehmen verhilft Aufträge zu generieren.

Ich hoffe, dass langfristig Veränderungen durch die Aktivitäten entstehen, die strukturelle Veränderungen schaffen und nicht Symptome lindern. Insbesondere bei der GWÖ-Tätigkeit und dem Engagement für Arbeiterkind.de ist davon auszugehen. Zumindest zielen alle Aktivitäten auf eine Auseinandersetzung ab, die die Gesellschaft und ihre strukturellen Defizite mit Blick auf Menschenwürde, Gleichberechtigung, Transparenz, Solidarität usw. ab. Die Themen verankern sich zunehmend in der Gesellschaft und ich bin davon überzeugt, dass die Zeit reif ist Nachhaltigkeit und die Werte der GWÖ zu verankern und ich kann feststellen, dass in den Gesprächen und Diskussionen die Bereitschaft hoch ist, nicht nur zu zuhören, sondern auch Alternativen zur aktuellen Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung als möglich anzusehen.

Langfristig wird das Engagement in den Bereichen weiter verstärkt, insbesondere bei der GWÖ. Darüber hinaus verstärke ich gerade mein Engagement in dem unten genannten Frauennetzwerk und begleite den Aufbau mit.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Netzwerkaufbau: Frauen in Führungspositionen im NGO-Bereich

Negativ-Aspekt E2.3 Illegitime Steuervermeidung

Es liegt nichts vor.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie

Ich sehe bei mir keine ökologischen Auswirkungen, die reduziert werden sollten. Aber vielleicht kann man das ja in einem Gespräch mit einem Auditor oder einer Auditorin klären und ich übersehe hier etwas Wesentliches.

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

Es gibt weder Umweltauflagen, noch unangemessene Umweltbelastungen durch SpreeTrain.

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

E4.1 Transparenz

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Da es bisher keine Gemeinwohlbilanz gibt und auch nichts Ähnliches vorliegt, wäre hier das Verbesserungspotential zu sehen.

Aspekt E4.2: Gesellschaftliche Mitentscheidung

Keine Angabe, die sinnvoll erscheint. Aber vielleicht kann man das ja in einem Gespräch mit einem Auditor oder einer Auditorin klären und ich übersehe hier etwas Wesentliches.

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

Es gibt weder in die eine noch in die andere Richtung Veröffentlichungen und die Meinung der Öffentlichkeit wird durch Publikationen nicht beeinflusst.

Ausblick

Kurzfristige Ziele

Zum einen soll das Portfolio des Beratungsangebotes stärker den Fokus der Unterstützung von Unternehmen bei der Gemeinwohlbilanz beinhalten. Hier sehe ich gerade mit Blick auf das Thema *Bilanz als Organisationsentwicklungsinstrument* eine große Chance, eigene Werte mit sinnstiftender Tätigkeit in Unternehmen oder NGOs zu verbinden.

Dann gibt es sicher mit Blick auf den eigenen Konsum nachhaltiger zu agieren und alle Produkte des täglichen Bedarfs überwiegend aus einer nachhaltigen Produktion zu kaufen.

Langfristige Ziele

Langfristig soll das Portfolio nur noch im Sinne der Werte der Bilanz ausmachen.

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

Keine Angabe

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Die eigene Bilanzerstellung hilft, die Selbstreflexion mit Blick auf das eigene Verhalten zu stärken. Nicht immer ist es ganz einfach hier auch selbstkritisch zu agieren und den Fokus darauf zu behalten, die Werte ‚nicht zu schönen‘ sondern den Bilanzprozess als Prozess zu verstehen, der Raum für Veränderungen und Verbesserungen ermöglicht. Der Gedanke der ‚Bewertung‘, auch die eigene Erfahrung in und durch die Gesellschaft mit ‚Bewertungen‘ macht das Schreiben der Bilanz sicher herausfordernd. Insbesondere für größere Unternehmen, die hier mit Blick auf Daten, Zahlen, Fakten sehr stark in eine Transparenz gehen.

Diese Transparenz als Berater*in zu fördern und zu unterstützen, scheint mir ein sensibles Beratungsverhältnis zu fordern. Vertrauen ist also im Beratungsprozess unabdingbar.

Datum: 13. Juli 2018