



Institut für bewusste
Unternehmensführung
und ganzheitliches
Management

Gemeinwohl-Bericht

UNTERNEHMEN

ALLGEMEINE INFOS

ecoholos GmbH

Institut für bewusste Unternehmensführung
und ganzheitliches Management

UI-Nr.: 179.190.214

Schloss Lohnegg
CH-8268 Salenstein

<http://ecoholos-institut.org>

Gesetzlich vertreten durch Piroska Gavallér-Rothe

Berichtszeitraum: 01.01.2014 – 31.12.2014

Gründungsjahr April 2011

Momentan ist ecoholos noch ein Einpersonenunternehmen (EPU).

2014 hat sich allerdings ein ecoholos-Kernteam aus drei weiteren MitgestalterInnen formiert, deren Ziel es ist, mittelfristig (Ziel: 2017) im operativen Training- und Begleitungsgeschäft mitzuwirken. Um bereits jetzt Rahmenbedingungen zu schaffen,

die eine zukünftige und für alle optimal stimmige Zusammenarbeit gewährleisten, ist das Kernteam aber bereits jetzt gleichwertig in sämtliche konzeptionellen und strukturellen Gestaltungs- und Entscheidungsprozesse eingebunden.

Zu unserem großen Bedauern **findet die höchst partizipative und demokratische Einbindung des Kernteams schon vor Beginn einer konkreten operativen Zusammenarbeit** in der aktuellen Gemeinwohl-Bilanz **aus formalen Gründen keine Berücksichtigung**. Dies, weil bestimmte (Sub-) Indikatoren für EPU's nicht gelten. Um hier dennoch mit unserem tatsächlichen Gemeinwohl-Engagement gesehen zu werden, haben wir im Gemeinwohl-Bericht aber alle gemeinwohl-relevanten Aktivitäten von ecoholos beschrieben.

Für die Formulierung des Gemeinwohlberichts bedeutet das: Werden Tätigkeiten beschrieben, die ich in meiner operativ tätigen Funktion ausübe, dann schreibe ich von mir. Werden Aktivitäten beschrieben, in welche auch das ecoholos-Kernteam eingebunden ist, dann schreibe ich von uns – ebenso bei der Beschreibung von Werten und Haltungen, die uns grundlegend als Team verbinden.

TÄTIGKEITSBEREICH

Beratung, Begleitung und Schulung in den Schwerpunktbereichen

- Bedürfnis-orientierte Kommunikation
- Dialogische Führung
- Partizipative Führung
- Moderation von partizipativen Austausch- und Entscheidungsprozessen
- Sinngetriebene Unternehmensentwicklung

Mehr hierzu auf unserer Website <http://ecoholos-institut.org>.

DAS UNTERNEHMEN UND GEMEINWOHL

Schon bereits bevor ich mit der Gemeinwohl-Ökonomie in Berührung gekommen bin (dies war Silvester 2011/12) hatte ich folgende ecoholos-Vision formuliert:

„Der Mensch steht im Mittelpunkt des unternehmerischen Handelns, das mit am „Faktor Menschlichkeit“ gemessen wird. So prägen Wertschätzung, Gemeinschaftssinn und persönliche Verantwortung das Handeln innerhalb der

Organisation ebenso wie den Kontakt mit KundInnen, LieferantInnen, GeschäftspartnerInnen und der Außenwelt.

Wertmaßstäbe für unternehmerisches Handeln wandeln sich. Statt der einseitigen Ausrichtung am Shareholder Value bekommen zusätzliche Werte maßgebliche Bedeutung. Hierzu zählt insbesondere eine bewusste Unternehmensführung, die neben dem eigenen Wirtschaftserfolg auch ganzheitliche Verantwortung für ihr unternehmerisches Handeln innerhalb und außerhalb des Unternehmens übernimmt. Darüber hinaus werden aber auch die Nachhaltigkeit der Unternehmensperformance und die Fokussierung auf win-win-Strategien und win-win-Lösungen für alle Stakeholder bzw. Beteiligten zum Maßstab ganzheitlich erfolgreicher Unternehmenstätigkeit.“

Mit dieser Vision und sehr klaren Vorstellungen darüber, wie ich mit ecoholos meinen eigenen Beitrag zu der Entwicklung eines mehr und mehr menschen- und lebensdienlichen Wirtschaftssystems leisten mag, befand ich mich Ende 2011 auf der Suche nach einem Berechnungssystem, mit welchem ganzheitliche Unternehmensverantwortung valide messbar wird. Bei einem Gespräch am Silversterabend 2011 hatte ich von der Gemeinwohl-Ökonomie erfahren, die mein allergrößtes Interesse weckte.

Es folgte eine intensive Auseinandersetzung mit den Ideen und Ansätzen der Gemeinwohl-Ökonomie. Sehr bald wurde mir dabei klar, dass die Gemeinwohl-Ökonomie zutiefst in Übereinstimmung mit meiner eigenen Vision von einem Wirtschaftssystem ist, bei dem es vor allem darum geht, allen Stakeholdern ein „gutes Leben“ zu sichern.

Zudem bin ich nachhaltig begeistert von der Energie und Haltung, aus welchen bei der Gemeinwohl-Ökonomie systemische Veränderungen bewirkt werden sollen: Sie ist keine „Anti-Bewegung“, die bestehender Strukturen bekämpfen will. Statt dessen steht die Gemeinwohl-Ökonomie für eine konstruktive Grundhaltung, die positiv gestaltende und zukunftsweisende Ideen und Ansätze zur Gemeinwohl-orientierten Veränderung unseres Wirtschaftssystems entwickelt und zur gesellschaftlichen Diskussion stellt.

SELBSTEINSCHÄTZUNG + NEGATIVKRITERIEN + TESTAT

	Indikator	Selbst-Ein-schätzung in %
A1	Ethisches Beschaffungsmanagement	20
B1	Ethisches Finanzmanagement	10
C1	Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung	50
C2	Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit	10
C3	Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen	40
C4	Gerechte Einkommensverteilung	-
C5	Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz	-
D1	Ethische Kundenbeziehung	60
D2	Solidarität mit Mitunternehmern	40
D3	Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen	20
D4	Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen	80
D5	Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards	50
E1	Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte/ DL	80
E2	Beitrag zum Gemeinwesen	70
E3	Reduktion ökologischer Auswirkungen	10
E4	Gemeinwohlorientierte Gewinnverwendung	-
E5	Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung	10

NEGATIVKRITERIEN

Hiermit bestätigen wir, dass wir keines der Negativkriterien erfüllen.

GENAUE BESCHREIBUNG DER EINZELNEN KRITERIEN

A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSMANAGEMENT

A1.1 Berücksichtigung regionaler, ökologischer und sozialer Aspekte bzw. höherwertiger Alternativen (10 %)

Als Dienstleister gibt es nur ein beschränktes Beschaffungswesen. Die gemeinwohl-relevante Bedeutung der ecoholos-Entscheidungen im Beschaffungswesen ist demnach als gering einzustufen. In ideeller Hinsicht anerkennt ecoholos allerdings die unternehmerische Verantwortung, die sich in jeder einzelnen unserer Kaufentscheidungen manifestiert. Sind - im Sinne der Gemeinwohlorientierung - höherwertige Alternativen einfach zugänglich, so fällt die Wahl fast ausnahmslos auf den Kauf der höherwertigen Alternativen:

Seminarräumlichkeiten

2014 gab es nur ein einziges offenes ecoholos-Seminar, dieses fand im Muse-O in Stuttgart-Ost statt. Das Muse-O ist ein örtlicher Verein, der im alten Gablenberger Schulhaus Räumlichkeiten vermietet. Durch ein angeschlossenes Restaurant (leider kein bio!) ist eine einfache Verpflegung während des Seminars gewährleistet. Die Pausenverpflegung wird bei den von ecoholos in Eigenregie durchgeführten Seminaren ausschließlich im Bioladen eingekauft.

Ab 2015 planen wir vermehrt offene ecoholos-Seminare anzubieten. Hierzu haben wir noch 2014 eine Seminarhotel-Suche gestartet, wo ökologische Aspekte und eine gute Erreichbarkeit mit dem ÖV eine entscheidende Rolle gespielt haben. Mit dem Biohotel Werratal haben wir ein mehrfach zertifiziertes Hotel gefunden, das unseren ökologischen und sozialen Aspekten voll entspricht.

Das Verbrauchsmaterial (Standard-Flipchartpapier, Standard-Moderationskarten, Standard-Flipchartstifte) kauft ecoholos für die Seminare in der Schweiz bei der Witzig AG, für die Seminare in Deutschland bei Schreibwaren Wenzel in Stuttgart-Ost. Beides sind regional ansässige Unternehmen, so dass ein nur geringer Liefer- und Verpackungsaufwand entsteht. Bei den Einkäufen beim Schreibwarenladen Wenzel kommt ein sozialer Aspekt hinzu: Der Schreibwarenladen Wenzel ist ein Kleinunternehmen, das ecoholos mit seinen Einkäufen unterstützen möchte, da es im Quartier eine nachbarschaftlich-sozial wichtige Rolle einnimmt.

Mit Werbematerialien geht ecoholos sehr sparsam um, da wir überzeugt sind, dass die beste Werbung noch immer zufriedene Kunden sind. So hat ecoholos 2014 keinerlei Werbematerialien gekauft. Statt dessen werden noch immer die „alten“, öko-zertifizierten ecodemos-Kugelschreiber mit dem Hinweis „Nachhaltigkeit bedeutet für uns, Werbematerialien auch dann weiter zu verwenden, wenn sich drei Buchstaben im Unternehmensnamen geändert haben“ ausgegeben, die 2012 aus ökologischen Gründen bei memo eingekauft wurden.

Für den Erwerb von Fachbüchern ist für mich klar, dass diese ausschließlich über kleine, örtliche Buchhandlungen bezogen werden sollen, auch wenn 2014 über jedoch keine Fachbücher erworben wurden.

Beim Strom besteht aktueller Handlungsbedarf, da wir noch nicht zu Ökostrom gewechselt sind.

Bei der Telekommunikation nutzt ecoholos gängige Anbieter, nämlich UPC und 1&1.

Technische Geräte

Ich nutze momentan noch meinen privaten Rechner von ASUS und mein privates iPhone von Apple.

Steuerberatung

Für die Steuerberatung ist bei ecoholos die Provida AG zuständig. Die Provida ist ein regional tätiges Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsunternehmen, wobei hinsichtlich ihrer Gemeinwohlorientierung keine näheren Infos eingeholt wurden.

Auto

ecoholos besitzt keinen Firmenwagen. Für dienstliche Fahrten nutze ich unseren privaten PkW, bei dessen damaligem Erwerb bedauerlicher Weise ökologische Aspekte keine entscheidende Rolle gespielt haben.

Die Beschäftigung mit diesem Punkt der Gemeinwohl-Bilanz hat gezeigt: Die Abwägung regionaler Einkauf von „Standardprodukten“ und Einkauf von ökologisch-ethischer Produkte ist nicht einfach. In unserer Peergruppe haben wir festgestellt, dass es hier keine digitale und absolut „richtige“ Lösung geben kann. In der Gesamtbetrachtung erachten wir aber die ökologisch-ethischen Aspekte als entscheidend. Hieraus habe ich abgeleitet als

Todos für die Zukunft

- *Abklären, ob über die örtlich ansässigen Büroausstatter ökologisch-ethisch höherwertige Produkte bestellt werden können. Wenn nicht, dann bei diesen Produkten Wechsel zu memo.*
- *Prüfen, inwieweit höherwertige Alternativen bestehen: **GreenIT-Geräte, „Made in Germany“-Geräte***

A1.2 Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken zugekauften P/D und Prozesse zur Sicherstellung (20 %)

Über mein GWÖ-Engagement seit 2012 setzte ich mich intensiv mit den Risiken zugekaufter Produkte und Dienstleistungen auseinander und diskutiere dies auch immer wieder bewusst mit dem ecoholos-Kernteam und auch KundInnen. Aufgrund der Geringfügigkeit des ecoholos-Einkaufsvolumens besteht momentan allerdings noch kein formeller Code of Conduct.

Todos für die Zukunft

- *Lieferantenfragebogen*

A1.3 Strukturelle Rahmenbedingungen zur fairen Preisbildung (30 %)

Der Einkauf erfolgt qualitätsgetrieben, nicht preisgetrieben. Günstig- und Billigeinkauf ist für ecoholos keine Option. Wenn es im Sinne der Gemeinwohlorientierung qualitativ höherwertigere Alternativen gibt, werden diese gewählt, sofern die Zugangsmöglichkeiten zu diesen nicht einen unverhältnismäßig hoch sind.

Als momentan noch Einzelunternehmen sehe ich die allzeit kritische Selbstreflexion und den Austausch mit anderen GWÖ-UnternehmerInnen sowie dem ecoholos-Kernteam hinsichtlich des ecoholos-Einkaufsverhaltens adäquat zur „Evaluierung des Verhaltens der Einkäufer durch regelmäßige Mitarbeitergespräche mit Fokus auf die Herausforderungen, die sich durch eine ethische Beschaffung ergeben.“

Trotz dieser intensiven Reflexionsaktivitäten gebe ich ecoholos hier nur 30 Prozentpunkte, da ich das bestehende Wissen mangels zeitlicher Ressourcen nicht vollumfänglich umsetze.

B1 ETHISCHES FINANZMANAGEMENT

B1.1 Institutionalisierung (10 %)

Die Gemeinwohl-Orientierung und die wertorientierte Haltung für die Idee eines ethischen Finanzmanagements durchzieht die Vision und Mission von ecoholos. Bedauerlicher Weise habe ich aber bei der Gründung von ecoholos den „einfachen“ Weg gewählt und bei unserer privaten Hausbank (Thurgauer Kantonalbank, TKB) das ecoholos-Konto eröffnet.

B1.2 Ethisch-ökologische Qualität des Finanzdienstleisters (5 %)

Die TKB haben wir aufgrund ihrer Regionalität und ihres regionalen Förderauftrags als private Hausbank gewählt. Die TKB ist zwar regional, aber nicht „grün“ und besitzt für mich keine wahrnehmbaren ethisch-nachhaltigen Finanzprodukte.

Kritisch sehe ich, dass die TKB 2014 an die Börse gegangen ist und nun weitaus stärker den bestehenden und nicht am Gemeinwohl orientierten Systemkräften der Finanzmärkte unterworfen ist. Zudem kann ich auch nicht sicher gehen, dass die TKB nicht in kritische Projekte involviert ist.

Mögliches To do

- *Wechsel zur Alternativen Bank oder Freie Gemeinschaftsbank*

B1.3 Gemeinwohl-orientierte Veranlagung (11 %)

ecoholos erzielt bis jetzt noch nicht so hohe Gewinne, dass eine gemeinwohl-orientierte Veranlagung des Eigenkapitals eine Rolle spielt.

Die 11 Prozentpunkte ergeben sich aus dem Ausgleichsverfahren für EPU.

B1.4 Gemeinwohl-orientierte Unternehmensfinanzierung (20 %)*

ecoholos achtet auf ausreichend Rücklagen, so dass keinerlei Kredite bzw. Fremdkapital erforderlich sind.

C1 ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GLEICHSTELLUNG

C1.1 Mitarbeiter Orientierte Organisationskultur und -strukturen¹(85 %)

ecoholos ist momentan noch ein EPU, soll aber mittelfristig auch weiteren MitgestalterInnen eine verlässliche Einkommensbasis bieten. Seit 2014 umfasst dieser Kreis drei weitere Personen, die als ecoholos-„Kernteam“ bereits jetzt gleichwertig in die Entwicklung einer Mitarbeiter-orientierten Organisationskultur und soziokratischen Zusammenarbeitsstruktur eingebunden sind. Unsere Entscheidungen treffen wir konsequent auf Grundlage des soziokratischen Konsentprinzips, das heißt partizipativ und einstimmig.

Die Arbeitsgrundlage des Kernteams bieten die ecoholos-Vision und -Mission sowie ein gemeinsam erarbeiteter und einstimmig im Konsentverfahren beschlossener Shared Purpose, der das „Was“ und das „Wie“ unserer aktuellen und zukünftigen Zusammenarbeit für uns alle verbindlich definiert.

Bei der mittelfristigen Zielbestimmung von ecoholos (z.B. im Hinblick auf Zielkunden und das Begleitungs- und Trainingsportfolio) spielen die persönlichen Bedürfnisse und Ziele der Kernteammitglieder eine wesentliche Rolle. Auf dieser Grundlage entwickeln wir gemeinsam stimmige und persönliche Qualifizierungsstrategien (intensives Mentoring, persönliches Coaching, ecoholos-interne Kompetenzschulungen und durch ecoholos finanzierte externe Fortbildungsmaßnahmen), um die erforderlichen fachlichen Kompetenzen Schritt für Schritt zu entwickeln. ecoholos bejaht Lebendigkeit, was stets auch Veränderung und Entwicklung bedeutet. Persönliche Ziele und Bedürfnisse können und „dürfen“ sich daher ändern und werden deshalb immer wieder mit größtmöglicher Offenheit beleuchtet und hinterfragt. Die Qualifizierungs- und Begleitungszeiten lagen 2014 pro Kernteammitglied bei etwa 12-15 Tagen (Teilnahme am GFK-Jahreskurs, Hospitationen, gemeinsame Vorbereitung und Durchführung von GFK-Trainings etc.).

Das Mindset und das Führungsverständnis von ecoholos zeichnen sich durch ein Höchstmaß an Flexibilität, Kreativität und einer ersthaften Entschlossenheit aus, Arbeitsbedingungen und persönliche Entwicklungswege immer wieder für die aktuelle Lebenssituation „passend“ zu machen.

ecoholos steht zudem für eine konsequent gelebte Feedback- und Lernkultur („miteinander aneinander lernen und wachsen“) auf Grundlage der Bedürfnis-orientierten Kommunikation, die wir durch institutionalisierte Feedbackrunden (nach jedem Meeting oder sonstigen Austausch- und Entscheidungsprozess), dialogische Führung und authentischer sowie empathischer Beziehungsarbeit fördern und pflegen. Ziel unserer institutionalisierten Feedbackrunden ist es, aus dem hieraus gewonnen persönlichen Lernen ganz konkrete Veränderungsoptionen für die Zukunft zu generieren und zu beschließen.

¹ Konkret in den Dimensionen: Klarheit über Aufgaben und Verantwortlichkeiten (und ihre Grenzen), Wertschätzungskultur, Führungskultur, konstruktiver Umgang mit Problemen, Kommunikationskultur inkl. MA-Befragungen und Aus- und Weiterbildung.

Die Informationspolitik von ecoholos ist von 100%iger Transparenz geprägt: sämtliche Unterlagen sind bereits jetzt für alle Kernteammitglieder frei zugänglich.

C1.2 Faire Beschäftigungs- und Entgeltpolitik (60 %)

Gemeinsam mit dem Kernteam habe ich 2014 begonnen, ein transparentes und verbindliches Entgeltsystem zu entwickeln, auf dessen Grundlage die mittelfristige Zusammenarbeit erfolgen soll. Ziel dieses Entgeltsystems soll es sein, von allen MitgestalterInnen (Kernteam sowie auch assoziierte TrainerInnen) als gerecht empfundene Gehälter bzw. Honorare zu bezahlen, die unter Berücksichtigung des persönlich geleisteten Arbeitsbeitrags einen angemessenen finanziellen Beitrag zu einem guten Leben leisten.

Die interne Qualifizierung der Kernteammitglieder stellt eine äußerst wichtige Aufgabe von ecoholos dar. Darüber erarbeiten wir seit 2014 Konzepte, wie wir auch zur gezielten Qualifizierung von weiteren MitgestalterInnen (z.B. assoiiierter TrainerInnen) beitragen können, die gemeinsam mit uns die ecoholos-Vision in die Welt tragen und an der Verwirklichung der ecoholos-Mission mitwirken wollen.

Die zukünftige Personalplanung erfolgt entsprechend der gemeinsam beschlossenen Unternehmensziele, die in Übereinstimmung mit den persönlich definierten Zielen aller Kernteammitglieder ausgearbeitet wurde.

C1.3 Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung einschließlich Work-Life-Balance/ flexible Arbeitszeiten (40 %)

Für mich selbst zeichnet sich die Arbeit für ecoholos aufgrund der Aufbauphase in welcher ich/wir uns befinde/n (zunehmende Zahl nachgefragter Begleitungs- und Trainingsleistungen, Ausbau des Angebotsportfolios durch kontinuierliche Konzeptentwicklung, Aufbau und Qualifizierung des Kernteams, Aufbau von tragfähigen Unternehmensstrukturen, die unterschiedliche Zusammenarbeitsmodelle abbilden können etc.) durch geringe Regenerationszeiten aus.

Um leistungsfähig zu bleiben, gönne ich mir seit 2014 vereinzelte körpertherapeutische Anwendungen als persönliche BGM-Maßnahme, um meine physische Gesunderhaltung zu fördern.

Bei der seit 2014 laufenden Arbeit an der Entwicklung eines zukunftsfähigen und gemeinwohl-orientierten Zusammenarbeitsmodells spielen Themen wie flexible Arbeitszeitmodelle, ein hoher Grad der Selbstorganisation auf Grundlage klar definierter, autonomer Zuständigkeitsbereiche entsprechend des Soziokratischen Organisationsmodells und die Möglichkeit zur Bedürfnis-orientierten Ausgestaltung des persönlichen Arbeitsplatzes (Nutzung eines gemeinsamen Büros am Firmensitz, Home-Office oder auch die Nutzung von Co-working-Spaces) eine ganz entscheidende Rolle.

C1.4 Gleichstellung und Diversität (30 %)

Als momentan noch EPU sind die Themen der Gleichstellung und Diversität für ecoholos noch nicht relevant.

Bezieht man das Kernteam bereits mit ein, dann beträgt die aktuelle Frauen-Männerquote 3:1. Sofern das Kernteam ausgeweitet werden sollte, steht bereits jetzt fest, dass wir einen männlichen Mitgestalter bei entsprechender Qualifizierung vorziehen, da es uns wichtig ist, in unserem Team sowohl Männer als auch Frauen gleichwertig repräsentiert zu wissen.

Unter Diversitätsaspekten betrachtet ist unser Kernteam bereits jetzt recht divers, da es neben mir (von Haus aus Volljuristin) aus einer Quereinsteigerin (Bio-Catering und 10 Jahre Mit-Geschäftsführerin eines Bioladens mit ca. 40 Mitarbeitenden), einem Master-Studierenden mit bereits abgeschlossener Berufsausbildung (Veranstaltungskaufmann) und mit Berufserfahrung (Assistent der Geschäftsleitung) sowie einer „typischen“ Studentin (Studium gleich nach Abitur) besteht.

C2 GERECHTE VERTEILUNG DER ERWERBSARBEIT

C2.1 Senkung der Normalarbeitszeit (5 %)

Mein Arbeitspensum für ecoholos liegt bei 8-10 Stunden bei durchschnittlich 4 Arbeitstagen die Woche.

Meine Arbeitszeiten dokumentiere ich nicht, weil mir das zu aufwändig ist. Mir ist auch so klar, dass ich momentan – insbesondere auch mit meinen anderen beruflichen Engagements, die den Aufbau von ecoholos erst ermöglichen - grenzwertig viel arbeite.

Mit dem ecoholos-Kernteam erarbeiten wir momentan flexible Arbeitszeitmodelle, die nach Möglichkeit sämtliche persönlichen Bedürfnisse hinsichtlich einer sinnvollen Arbeitszeitgestaltung abbilden und auch mich in Zukunft entlasten sollen. Wichtige Rahmenbedingungen sollen sein: Hohe Flexibilität und Eigenverantwortung, die sich sowohl am aktuellen Arbeitsaufkommen als auch an der persönlichen Jahresplanung (z.B. längere Auszeiten für Fort- und Weiterbildung, Reisen oder dem dolce fa niente) der Einzelnen orientiert, Möglichkeit auch in Teilzeit arbeiten zu können, Vereinbarung mit anderen sinnstiftenden beruflichen Aktivitäten etc.

C2.2 Erhöhung des Anteils der Teilzeit-Arbeitsmodelle und Einsatz von Zeitarbeit (bei adäquater Bezahlung) (5 %)

Mitten in der Aufbauphase ist ecoholos 2014 noch nicht so konsolidiert gewesen, dass verlässliche Teilzeitstellen geschaffen werden konnten. Dies ist bedauerlich, da ich sehr gerne meine eigene Normalarbeitszeit senken würde.

C2.3 Bewusster Umgang mit (Lebens-) Arbeitszeit (20 %)

Ich persönlich erachte meine Arbeitszeit als extrem sinnvolle und sinnstiftende Tätigkeit, durch die ich sehr viel Erfüllung und Sinnhaftigkeit meiner eingesetzten Lebenszeit erfahre.

Wie bereits unter C2.1 erwähnt, spielen bei der aktuellen Arbeit an der Ausgestaltung von flexiblen Arbeitszeitmodellen persönlich favorisierte Arbeitszeitmodelle eine entscheidende Rolle.

Die Kernteammitglieder werden bereits jetzt bei Bedarf von mir im Bereich des Selbst- und Zeitmanagements gecoacht.

C3 FORDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITERINNEN

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit (80 %)

Da die Büroräumlichkeiten von ecoholos in unserer Privatwohnung integriert sind, besteht die Möglichkeit zur gesundheitsbewussten und ökologisch-verantwortlichen Ernährung auch während der Arbeitszeit. Die Nahrungsmittel, die ich während meiner Arbeitszeit und darüber hinaus esse sind zu 90% ökologischen Ursprungs und vollständig vegan.

Bei den Kernteamtreffen achten wir auf veganes Essen in Bio-Qualität. Da wir aber auch andere Ernährungsgewohnheiten respektieren und inspirieren, jedoch nicht missionieren wollen, können tierische Ergänzungsprodukte eigeninitiativ hinzugekauft werden. Tatsächlich geschieht dies allerdings nur in äußerst geringem Umfang.

Worauf wir momentan noch weniger achten ist die Saisonalität und Regionalität der Produkte. Daher gebe ich uns hier statt 100 lediglich 80 Prozentpunkte.

To dos:

- *Zur Förderung von gesundem Trinkwasser: Osmose-Filteranlage für Wasseraufbereitung*
- *Entscheidungsvorschlag einbringen: Vereinbarung: Nicht-vegane Produkte werden nicht mehr vom Kernteam-Verpflegungsbudget übernommen (à klares Statement mit dennoch dem Freiraum, eigenverantwortlich zu entscheiden, ob man tierische Produkte essen will)*

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz (5 %)

Die Integration der Büroräumlichkeiten in die Privatwohnung erfolgte auch aus Aspekten der Senkung von vermeidbaren Reiseaufwänden.

Die Mobilität zum Kunden spielt bei ecoholos jedoch eine herausragende Rolle: Aufgrund der ländlichen Lage unserer Wohnstatt ist vor allem bei regionalen Arbeitseinsätzen oder der Anfahrt zum ÖV ein Verzicht auf das Auto nur sehr schwer bzw. nur unter kaum zumutbaren zeitlichen Mehraufwänden möglich. Bei Aufträgen mit einem hohen Reiseaufwand, bei welchen eine (zumindest teilweise) Anreise über den ÖV zumutbar ist, wird die Bahnfahrt Flugreisen vorgezogen und Reiseaufwände optimiert.

Bei Kernteamtreffen suchen wir nach Treffpunkten, die auch über den ÖV gut erreicht werden können und bemühen uns, mögliche Anreisen mit dem Auto gemeinschaftlich zu lösen.

To do

- *myClimate-Kompensation*

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse (35 %)

Das Thema ökologische Verantwortung ist regelmäßig Thema bei unseren informellen Gesprächen während der Kernteamtreffen, insbesondere im Hinblick auf die Bedeutung einer vegetarischen/veganen Ernährungsweise, die auch bereits nachhaltige Verhaltensänderungen bei den Kernteammitgliedern bewirkt haben. Allerdings ist das Thema ökologische Verantwortung noch nicht institutionalisiert.

Todo:

- *Idee eines ökologischen Vorschlagwesens*
- *Institutionalisierung einer konstruktiv-kritischen Prüfung des ökologischen Verhaltens jeweils am Jahresende und Brainstorming, wie wir in Zukunft umweltbewusster handeln können.*
- *Definierung eines konkreten Jahresziels mit konkreten Todos.*

C4 GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS

C4.1 Innerbetriebliche Bruttoeinkommensspreizung im Unternehmen (nicht relevant)

Momentan noch nicht relevant als EPU.

C4.2 Mindesteinkommen (nicht relevant)

Momentan noch nicht relevant als EPU.

C4.3 Transparenz und Institutionalisierung (nicht relevant)

Auch hier gilt bei ecoholos 100% Transparenz: Die Kernteammitglieder können sämtliche Einnahmen-Ausgaben und damit auch Gehaltszahlungen einsehen.

Für die Erarbeitung unseres Vergütungsmodells gilt mein Credo: „Wenn es fair ist, dann kann es auch voll transparent sein“. Das heisst: Wir wollen gemeinsam ein so faires Entgeltmodell entwickeln, dass wir darauf vertrauen können, dass wir auch sämtliche Gehälter/Honorare transparent machen können, eben weil sie fair und angemessen sind.

C5 INNERBETRIEBLICHE DEMOKRATIE UND TRANSPARENZ

C5.1 Grad der Transparenz (nicht relevant)

ecoholos folgt dem Grundsatz 100 % Transparenz, so dass bereits jetzt sämtliche Kernteammitglieder 100%ige Einsicht in alle Vorgänge bekommen können, da die gesamte Datenablage mit sämtlichen Unternehmensdaten für alle frei geschaltet ist.

C5.2 Legitimierung der Führungskräfte (nicht relevant)

Im Moment haben wir noch keine Führungskräfte, insofern werden keine legitimiert.

C5.3 Mitbestimmung bei Grundsatz- und Rahmen-Entscheidungen (nicht relevant)

Das ecoholos-Kernteam ist bereits jetzt, obwohl es noch nicht operativ für ecoholos tätig ist, in alle Grundsatz- und Rahmenentscheidungen eingebunden, da es mir wichtig ist, bereits jetzt Rahmenbedingungen zu schaffen, die bei der zukünftigen Zusammenarbeit für alle stimmig sind.

Zudem schätze ich den Mehrwert, der aus der Vielfalt der Sichtweisen resultiert.

Und nicht zuletzt: Ein wichtiger Bestandteil des ecoholos-Beratungs- und Begleitungsportfolios ist die Schulung und Einführung soziokratischer Entscheidungsprozesse und –strukturen. Wer sonst, wenn nicht wir, sollten Partizipation und Mitbestimmung vollumfänglich umsetzen wollen und tatsächlich auch umsetzen? Insofern sind wir seit 2014 auch dabei, die zukünftigen Zusammenarbeitsstrukturen auf der Grundlage der Soziokratischen Organisationsmethode zu entwickeln.

C5.5 Mit-Eigentum der MitarbeiterInnen (nicht relevant)

Momentan bin ich alleinige Gesellschafterin von ecoholos.

Mit dem Kernteam haben wir uns dafür entschieden, dass vorläufig sämtliche Gesellschaftsanteile bei mir verbleiben sollen. Damit wollen wir uns die Bedürfnisse nach Stabilität, aber auch Leichtigkeit erfüllen, da wir uns in einer Phase befinden, wo noch viel in Bewegung und Entwicklung ist.

D1 ETHISCHES VERKAUFEN

D1.1 Gesamtheit der Maßnahmen für eine ethische KundInnen-Beziehung (ethisches Marketing und Verkauf) (60 %)

Marketing ist momentan noch ein Entwicklungsfeld von ecoholos. Konkret bedeutet dies, dass wir 2014 bis auf eine kleine Flyeraktion (50 Flyer) zu unserem offenen Seminar in Stuttgart und einem Posting in Facebook keine weiteren Marketingmaßnahmen getätigt haben.

Aufträge generiert ecoholos daher ausschließlich über Empfehlungen zufriedener SeminarteilnehmerInnen und sonstiger KundInnen.

Freiwilligkeit und Autonomie bei der Teilnahme an unseren Kursen ist für mich ein sehr wichtiger Aspekt, den ich auch in jedem Akquisegespräch betone. Konkret bedeutet das, dass Mitarbeitende ausschließlich freiwillig an den von uns angebotenen Seminaren teilnehmen sollen. Dies stellen wir dadurch sicher, dass wir in Unternehmen und Organisationen zumeist mit einer Impulsveranstaltung von ca. 1,5 – 2 Stunden oder maximal einem Impulstag beginnen, nach welcher/welchem die Teilnehmenden selbst entscheiden können, ob sie die von uns angebotenen weiterführenden Kurse besuchen wollen oder auch nicht.

Zudem ist es mir wichtig, bereits während der Akquisephase auf die Nachhaltigkeit der von uns durchgeführten Maßnahmen einzuwirken. Daher kommuniziere ich stets klar und eindeutig, dass eine nachhaltige Kompetenzentwicklung durch nur ein, zwei Seminare nicht möglich ist. Stattdessen schärfe ich das Bewusstsein, dass ein angemessenes und vor allem regelmäßiges Follow-up unerlässlich ist, insbesondere auch um auf der Haltungsebene Veränderung bewirken zu können. Die ecoholos-Angebote umfassen daher immer auch ein zusätzliches Follow-up (vorzugsweise monatlicher Coachingzirkel), auch wenn diese nicht explizit angefragt werden.

Bei unseren AGBS war es mir wichtig, nicht nur einseitig Regelungen aufzustellen, sondern Transparenz hinsichtlich aller Beweggründe zu schaffen, die zu den AGB-Regelungen führen. Bei den AGBs habe ich bei jeder Regelung versucht, sowohl die eigene Interessen als die Interessen und Bedürfnisse (à Bedürfnisorientierung) der KundInnen gleichwertig zu halten.

D1.2. Produkttransparenz (60 %)

Kundenauswahl:

Ich arbeite nicht für Unternehmen, wenn ich starke Zweifel daran habe, dass sie wirklich an einer menschen- und lebensdienlichen Ausrichtung Ihrer Unternehmenskultur interessiert sind und kommuniziere dies auch explizit (à Wahrhaftigkeit). Unternehmen aus ethisch bedenklichen Branchen (vgl. Rüstungskonzerne, Energieunternehmen, die auch Kernenergie produzieren, Fleisch produzierende Unternehmen) kommen als potentielle Kunden nicht in Betracht.

ecoholos arbeitet mit einer sehr breiten Preisspanne, die sich an der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit der ecoholos-KundInnen orientiert (Studentenpreise, Privatzahler-Preise, Preise für Non-profit-Organisationen, Kleinunternehmen und Start-ups, Preise für etablierte Unternehmen). Zudem können Studierende/Privatzahler in einem vorgegebenen Rahmen den für sich stimmigen Preis nach Selbsteinschätzung wählen.

To do

- *Zu prüfen: Ist Preisreduktion für GWÖ-Unternehmen neben allen sonstigen Vergünstigungen darstellbar? Wenn ja, dann Einführung eines GWÖ-Rabatts.*
- *Link auf Angeboten oder*

D1.3. Umfang der KundInnen-Mitbestimmung/gemeinsame Produktentwicklung/Marktforschung (60 %)

Seminare mit zuvor festgeschriebenen Inhalten passe ich im Seminar in Abstimmung mit den Teilnehmenden stets auf die konkreten Bedürfnisse der Teilnehmenden an. Zudem bitte ich Teilnehmenden nach jeden Seminartag um ein qualifiziertes Feedback, um aus diesen Erkenntnissen weitere Anpassungen des Seminars vorzunehmen.

Inhouse-Seminare oder nächste Prozessschritte werden in engem Austausch mit den Teilnehmenden sowie den AuftraggeberInnen besprochen und beschlossen.

D1.4. Service-Management (60 %)

ecoholos lebt von zufriedenen Kunden. Sofern es dennoch mal zu Unzufriedenheit kommen sollte, geben wir uns nicht mit „Ich-kann-sie-verstehen-Floskeln“ zufrieden. Statt dessen ist mir ein empathischer und wertschätzender Umgang auch mit Beschwerden und Unzufriedenheiten als Teil der ecoholos-Unternehmenskultur außerordentlich wichtig. Deshalb nehme ich mir stets ausreichend Zeit, das Anliegen der KundInnen Bedürfnis-orientiert zu verstehen und auf dieser Ebene eine für beide Seiten stimmige Lösung zu finden (à win-win).

Im Konfliktfall streben wir als ecoholos stets eine Konfliktlösung mittels einer Mediation an, da uns ein beziehungsförderlicher Umgang mit Konflikten sehr wichtig ist (à AGBs).

D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

D2.1 Offenlegung von Informationen + Weitergabe von Technologie (60 %)

Die ecoholos-Website haben wir so gestaltet, dass unser gesamtes Angebots- und Kompetenzportfolio ersichtlich ist. Zudem haben wir auf unserer Website ausführliche Texte und Erläuterungen aufgenommen, die viel Einblick in unsere Arbeitsweise ermöglichen.

Sämtliche unserer ausführlichen Seminarausschreibungen inklusive den entsprechenden Seminarpreisen sind ohne Zugangsbarrieren (z.B. Freischaltung nur nach Anmeldung auf Website) und vollständig (keine Teaser-Texte, die in der Mitte aufhören...) auf unserer Website hinterlegt. Insbesondere TrainerkollegInnen können so recht einfach nachvollziehen, welche Themen wir in den einzelnen Seminaren schulen.

Im Rahmen meines Engagements für das GWÖ-Energiefeld Konstanz habe ich sowohl die Grundlagen der Zirkulären Moderation als auch der Entscheidungsfindung nach dem soziokratischen Konsent-Prinzip (beides stellt ganz spezifische ecoholos-Kernkompetenzen dar) mit eingebracht.

Zudem ermögliche ich immer wieder auf Anfrage die kostenlose Teilnahme von TrainerkollegInnen an Seminaren von mir (2014 war dies bei 5 Seminaren der Fall).

Zu prüfen:

- *Wiederaufnahme des Engagement in GFK-Netzwerk? Blog? Slideshare?*

D2.2 Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen und Finanzmitteln; kooperative Marktteilnahme (30 %)

Ich empfehle gezielt andere GFK-TrainerInnen weiter, wenn ich nicht zeitnah eigene Ressourcen habe oder ich weiss, dass die angefragte Leistung das „Steckenpferd“ einer meiner TrainerkollegInnen ist.

Zudem ist ecoholos offen für die Zusammenarbeit mit TrainerkollegInnen, die von der gleichen Vision getragen sind, um gemeinsame Synergien zu nutzen. Das Ziel von ecoholos ist es mittelfristig, unsere stetig wachsende Bekanntheit und unsere Marktzugänge auch für andere BegleiterInnen und TrainerInnen nutzbar zu machen, so dass für alle ein spürbares Mehr an sinnhafter persönlicher Wirkungsmöglichkeit und somit auch ein tragfähiger Lebensunterhalt aus sinnstiftender Tätigkeit realisiert werden kann.

Als ein wichtiger Schritt in diese Richtung haben wir 2014 erste Konzepte zu internen Kompetenzschulungen entwickelt, zu welchen wir ab 2015 auch gezielt TrainerkollegInnen und Nachwuchs-Trainer einladen wollen.

Ergänzende Info hierzu Stand April 2015: Eine erste solche Kompetenzschulung fand mit sehr positivem Echo im Januar 2015 statt, an der das ecoholos-Kernteam und ein Trainerkollege und zwei Nachwuchs-TrainerInnen teilgenommen haben.

D2.3 Kooperatives Marketing (30 %)

ecoholos verzichtet ganz eindeutig auf die Diskreditierung der Konkurrenz.

Gleichzeitig ist ecoholos getragen von der Idee, EinzeltrainerInnen eine tragfähige Plattform und verlässliche Rahmenbedingungen sowie tatkräftige Unterstützung zu bieten, die Vision von ganzheitlich-verantwortlichem Wirtschaftshandeln und einem nachhaltigen Unternehmenserfolgs mit, durch und für den Menschen mit kohärenten Fähigkeiten und aus einer übereinstimmenden Haltung heraus, gemeinsam in die Welt zu tragen und hierdurch den eigenen Lebensunterhalt sicher stellen zu können (siehe auch D2.2).

ecoholos ist zudem offen und exploriert auch Möglichkeiten, wie auch mit anderen Unternehmen jenseits der eigenen Marke Kooperation in einer tragfähigen Weise gestaltet werden kann.

Aufgrund mangelnder zeitlicher Ressourcen nehme ich seit 2014 bedauerlicher Weise an keinen kollegialen Vernetzungstreffen teil. Mit dem ecoholos-Kernteam sehe ich allerdings eine realistische Möglichkeit, hier in Zukunft (wieder) aktiver zu werden.

To dos:

- *Teilnahme an GFK-Vernetzungstreffen*
- *Prüfung, inwieweit ein Anschluss an den „Fachverband Gewaltfreie Kommunikation“ im Hinblick auf Kooperation und kooperatives Marketing tatsächlich Sinn macht.*
- *Prüfung, inwieweit unter einer achtsamen Berücksichtigung meiner zeitlichen Ressourcen eine „Wiederbelebung“ meiner GWÖ-Aktivitäten in der Schweiz und im ReferentInnen-Kreis möglich ist.*

D3 ÖKOLOG. GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

D3.1 Produkte/ Dienstleistungen sind im ökologischen Vergleich zu P/DL von MitbewerberInnen bzw. Alternativen von gleichem Nutzen (25 %)

ecoholos ist ein Dienstleistungsunternehmen. Die Auswirkungen unserer Tätigkeiten haben daher relativ geringe Relevanz.

Durch unsere intrinsische Verankerung in einer Haltung, die stets nach der Lebensdienlichkeit allen Handelns fragt, sind auch ökologische Aspekte immanenter Bestandteil unseres Handelns und Wirkens.

Durch die bewusste Förderung eines Bewusstseins einer lebensdienlichen Ausrichtung alles Handelns in den ecoholos-Trainings und -Begleitungen fördere ich auch ökologisches Bewusstsein durch die zahlreichen Austausche, die durch meine offen kommunizierte, vegane Ernährungsweise entstehen.

Bei der Recherche nach einem für uns passenden Seminarhotel haben wir ganz gezielt ausschließlich nach Biohotels mit einer guten Anbindung an den ÖV gesucht und auf Grundlage dieser Recherche-Aktivitäten in 2014 Anfang 2015 zu unserer großen Freude auch eines gefunden!

Wie bereits unter A1.2. und D1.1 dargelegt, verzichten und fast gänzlich auf Werbemittel (à bewusster Umgang mit Ressourcen) und setzen stattdessen auf die Empfehlungskraft zufriedener Kunden (so auch unser Motto: „Statt 5000 Flyer lieber ein zufriedener Kunde!“).

Todo:

- *Entwicklung von web-basierten Angeboten, die Schulung und Begleitung ohne Reiseaufwand möglich machen*
- *Prüfung, ob es mittelfristig wirklich eine Werbemappe braucht. Falls ja, dann prüfen, wie das so nachhaltig wie möglich gelöst werden kann.*
- *Bahnanreise-Bonus für unsere Kunden?*
- *My-climate-Kompensation*
- *Auswahl der Arbeitsmedien? Ökologischer Moderationskoffer?*
- *Green Meeting-Zertifikat*

D3.2 Suffizienz (Genügsamkeit): Aktive Gestaltung für eine ökologische Nutzung und suffizienten Konsum (20 %)

Nach unserem Verständnis kommt dem Aspekt der Suffizienz als Dienstleister eine untergeordnete Bedeutung zu.

Was ich allerdings mache, ist die Bewusstseinsbildung im Rahmen meiner Beratungs- und Trainingsleistungen im Hinblick auf ökologisches und suffizientes Unternehmenshandeln (à sinnetriebene und ganzheitliche Unternehmens-

entwicklung anhand des ecoholos-9D-Unternehmensentwicklungsmodells sowie Ansätze auf „Haben vs. Sein“ und „Reduktion auf das was wirkt“ vs. „Viel hilft viel“).

To do

- *Wie konkret zeigen sich Suffizienz-Aspekte im Trainingsbereich über das, was wir tun hinaus?*

D3.3 Kommunikation: Aktive Kommunikation ökologischer Aspekte den KundInnen gegenüber (10 %)

Was wir aktiv kommunizieren:

Ganzheitliche Verantwortung auch für ökologische Auswirkungen des eigenen (Unternehmens-) Handelns.

Die Auswirkungen einer nicht-vegetarischen bzw. nicht-veganen Ernährungs- und Lebensweise auf Aspekte wie Welthunger, Umweltzerstörung und Tierrechte.

Bei der Abstimmung von An- und Abreise: Aktive Kommunikation, dass ich aus ökologischen Aspekten soweit wie möglich auf Flugreisen verzichten möchte und stattdessen es vorziehe, einen Tag früher mit der Bahn anzureisen.

To dos:

- *Bewusste Kommunikation: Seminar-Exkurs Green-Meetings*
- *Entwicklung eines Feedback-Bogens, der auch ökologische Aspekte abfragt, Ideenpool*

D4 SOZIALE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

D4.1 Erleichterter Zugang zu Informationen/ Produkten/ Dienstleistungen für benachteiligte KundInnen-Gruppen (75 %)

ecoholos bietet immer wieder sehr vergünstigte Seminare für Privatpersonen an, um die von uns als so beziehungsförderlich und lebensdienlich angesehenen Kompetenzen auch in den privaten Lebensbereich einfließen zu lassen. Ebenfalls sehr vergünstigt bietet ecoholos jährlich einen intensiven GFK-Jahreskurs für Studierende bzw. junge Erwachsene an, um auch hier frühzeitig einen Beitrag für eine beziehungsförderliche und lebensdienliche persönliche und gesellschaftliche Entwicklung zu leisten.

Zudem ist ecoholos auch in Schulen und Bildungseinrichtungen aktiv, um auch hier schon frühzeitig Impulse für ein menschen- und lebensdienliches Miteinander setzen zu können.

Bei den ecoholos-Seminaren für Privatleute und Studierende bzw. junge Erwachsene bieten wir eine soziale Preisgestaltung mit Preisen nach Selbsteinschätzung an. Die Preise für die ecoholos Business-Seminare sind gestaffelt: Non-profit-Organisationen und Start-ups zahlen etwa 40% weniger als etablierte Unternehmen.

To dos:

- *Wie können wir die Schere zwischen Bildungselite und sozial Benachteiligten schließen? Wie können wir auch ihnen unsere Dienstleistungen nahe bringen? Ist dies ein Bereich für CSR-Aktivitäten?*
- *Einrichtung eines Sponsoring-Pools: Pool kann für NGOs und Sozialfälle genutzt werden*
- *Buchtipps: Post-Euro-City*

D4.2 Förderungswürdige Strukturen werden durch Vertriebspolitik unterstützt (75 %)

Neben Schulen, Non-Profit-Organisationen und Start-ups können auch KMU unterer Berücksichtigung ihrer wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit und der gemeinwohlorientierten Bedeutung der angefragten Dienstleistung günstigere Konditionen bekommen als Großunternehmen.

Hierfür setze ich allerdings auf einen beiderseitig transparenten Austausch und die valide Darlegung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit, da mir ein achtsamer und bewusster Umgang mit auch unseren finanziellen Ressourcen wichtig ist.

D5 ERHÖHUNG DES SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS

D5.1 Kooperation mit MitbewerberInnen und Partnern der Wertschöpfungskette (30 %)

2014 gab es vier Hospitationen von zwei MitbewerberInnen.

Regelmäßige Initiierung und fachliche Begleitung von wissenschaftlichen Arbeiten von Studierenden.

D5.2 Aktiver Beitrag zur Erhöhung legislativer Standards (30 %)

Aktive Mitwirkung in der GWÖ-Bewegung (GWÖ-Energiefeld Konstanz, GWÖ-Regionalgruppe Thurgau), die sich für erhöhte legislative Standards einsetzt.

Zusätzliches Engagement in der GWÖ-Aktionsgruppe für die EU-Direktive zum Non Financial Reporting.

To dos:

- *Engagement in weiteren Verbänden etc., um dort auch für die Erhöhung von legislativer Standards Bewusstsein zu wecken.*

D5.3 Reichweite, inhaltliche Breite und Tiefe (90 %)

Wir generieren unseren Umsatz ausschließlich aus Dienstleistungen, die sich auf die Förderung und Erhöhung von sozialen Standards (à menschenwürdiges, wertschätzendes und einfühlsames Miteinander, mehr Demokratie durch Partizipation, sinnetriebene Unternehmensentwicklung etc.) fokussieren. Bei unseren Aufträgen legen wir insbesondere Wert darauf, dass nachhaltig wirksame Veränderung möglich ist und übernehmen in der Mehrzahl nur Aufträge, die ein im Vorfeld klar definiertes Follow-up gewährleisten.

E1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE / DIENSTLEISTUNGEN

E1.1 Produkte/ Dienstleistungen decken den Grundbedarf oder diesen der Entwicklung der Menschen/ der Gemeinschaft/ der Erde und generieren positiven Nutzen (90 %)

Schulungen in Gewaltfreier bzw. Bedürfnis-orientierter Kommunikation, die ein verständnisvolles, verbindendes, beziehungsförderliches und letztlich menschen- und lebensdienliches Miteinander von Menschen fördern.

Darüber bieten wir Schulungen und Begleitung im Bereich von soziokratischen Entscheidungsprozessen und Organisationsstrukturen an. Dadurch wird das gehört, gesehen und berücksichtigt, was dem/der Einzelnen wichtig ist. Zudem fördern wir die aktive Teilhabe am Unternehmensgeschehen und der Unternehmensentwicklung. Letztlich führt dies zu einem der Demokratisierungsprozess unseres Wirtschaftssystems gefördert.

Ein dritter Bereich unserer Dienstleistungen umfasst die sinnetriebene Unternehmensentwicklung, die die Sinnhaftigkeit des unternehmerischen Handelns (im Sinne von sinnhaft für ein gutes Leben für alle Stakeholder bzw. sinnhaft im Sinne der GWÖ) in den Mittelpunkt der Unternehmensentwicklung stellt.

Insofern bewerten wir den von ecoholos generierten Nutzen als sehr positiv für die Menschen, die Gemeinschaft und letztlich auch die Erde, da unser Tun eine hohe Transformationswirkung in sich trägt und einen tiefgreifenden Paradigmenwechsel befördert.

E1.2 Ökologischer und sozialer Vergleich der Produkte/ Dienstleistungen mit Alternativen mit ähnlichem Endnutzen (70 %)

Wir bieten bewusst soziale Nischenprodukte an, die im Unternehmensberatungs- und Schulungskontext weit über dem Branchenvergleich liegen (menschenzentrierte Herangehensweise, volle Ausrichtung an der Lebensdienlichkeit allen persönlichen und unternehmerischen Handelns, ganzheitliche Unternehmensverantwortung etc.).

Hinsichtlich der Gesamtbetrachtung unserer Wertschöpfungskette in Erbringung unserer Dienstleistungen sind wir allerdings noch nicht vorbildlich (insbesondere im Hinblick auf Mobilität), so dass wir dies punktemindern anrechnen.

E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

E2.1 Leistungen (80 %)

Jahreskurs für Studierende, Azubis und junge Erwachsene, die wir als ecoholos stark subventionieren. Unsere Motivation, diese Jahreskurse anzubieten liegt darin begründet, dass wir auch und insbesondere hier einen wesentlichen Beitrag zur gesellschaftlichen Veränderung sehen und leisten wollen. Denn genau diese jungen Menschen sind die Führungskräfte von morgen, die mit einer veränderten inneren Haltung, ganzheitlichem Verantwortungsbewusstsein und einem Höchstmaß an sozialen Fähigkeiten Impulsgeber für gesellschaftliche Veränderung sein.

Unser "Sponsor-Beitrag" für einen Jahreskurs liegt bei ca. 7500 Euro/Jahr. Dieser Betrag ergibt sich aus der Differenz der durch den Jahreskurs tatsächlich getätigten Einnahmen und den durch den Jahreskurs nicht zur Verfügung stehenden 12 Trainingstagen, wobei hier nur 6 Tage zu unserem üblichen Tagessatz für Unternehmen in die Berechnung eingingen.

Zudem kommt mein GWÖ-Engagement hinzu, das ich 2014 allerdings aus achtsamem Umgang mit meinen eigenen Ressourcen von ca. 10 Stunden/Woche auf ca. 1 Stunde/Woche reduziert habe.

E2.2 Wirkungen (60 %)

Etwa 75 % des ecoholos-Engagements führen zu nachhaltig angelegtem Lernen und Üben in monatlich stattfindenden Übungsgruppen, die zum Teil über mehrere Jahre gehen. Hier findet tatsächlich nachhaltige Tiefenwirkung statt. In Tübingen hat sich sogar eine selbstorganisierte studentische Übungsgruppe gebildet, die alle drei Wochen gemeinsam übt und lernt.

ecoholos ist zudem aus der Vision entstanden, Unternehmen zu Lernfeldern für gelingendes soziales Miteinander werden zu lassen. Hier sehen wir auch die Breitenwirkung unseres Tuns: Die über unsere Schulungen vermittelte Haltung bzw. Fähigkeiten bleiben nicht nur im Unternehmen, sondern werden von den Mitarbeitenden auch „mit nach Hause genommen“ und beeinflussen damit auch das Zusammenleben und – wirken von Menschen in ihrem Familienleben.

Eine vergleichbare Wirkungsrichtung hat auch unser Engagement in Schulen: Hier sind es die Kinder, die als nachfolgende, die Gesellschaft gestaltende Generation soziale Fähigkeiten und Strukturen bereits im Kindesalter bzw. in der Jugend erlernen und in ihr weiteres Leben und die Gestaltung ihrer persönlichen und beruflichen Beziehungen integrieren können.

E2.3 Intensität (50 %)

Unser gesellschaftlicher Auftrag ist integraler Bestandteil der ecoholos-Vision. Bei unseren Entscheidungen berücksichtigen wir daher auch stets die gesellschaftlichen

(Aus-)Wirkungen unseres Tuns. Insbesondere durch die institutionalisierten soziokratischen Austausch- und Entscheidungsprozesse in unserem Kernteam können wir sicherstellen, dass gesellschaftsrelevante Aspekte „barrierefrei“ von allen Kernteammitgliedern in unsere Reflexionen und Entscheidungen eingebracht werden können.

E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

E3.1 Absolute Auswirkungen (10 %)

Kennzahlen für die ökologischen Auswirkungen unseres Tuns haben wir mangels zeitlicher Ressourcen noch nicht erhoben.

E3.2 Relative Auswirkungen (10 %)

Hinsichtlich des Branchendurchschnitts liegen uns keine Vergleichswerte vor.

Hinsichtlich der relativen ökologischen Auswirkungen unseres Tuns achten wir allerdings auf ökologische Aspekte z.B. bei der Wahl unserer Seminarhotels (Biohotel) und deren Erreichbarkeit mittels ÖV.

E3.3 Management und Strategie (10 %)

In Übereinstimmung mit dem Kernteam besteht die Überzeugung, die Reduktion von Emissionen und schädlichen Auswirkungen, die durch ecoholos-Tätigkeiten entstehen, voranzutreiben.

To dos:

- *Identifizierung konkreter Aktionsfelder und Messung der absolute Auswirkungen*

E4 GEMEINWOHLORIENTIERTE GEWINNVERTEILUNG

Dieser gesamte Indikator ist für ecoholos als EPU nicht relevant.

Zudem besteht auch innerhalb unseres Kernteams Klarheit, dass wir so wirtschaften wollen, dass wir stets unabhängig von externen Geldgebern/Investoren bleiben können.

E5 GESELLSCHAFTL. TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG

E5.1 Umfang GWÖ-Bericht (10 %)

Erste Schritte durch die Erstellung des GWÖ-Berichts.

E5.2 und E5.3 Art der Mitbestimmung und Dokumentation sowie Umfang der Mitbestimmung und einbezogener Berührungsgruppen (10 %)

Erste Schritte durch die Erstellung des GWÖ-Berichts in der Peergruppe, d.h. durch Einbeziehung und Mitbestimmung von Berührungsgruppen.

AUSBLICK

KURZFRISTIGE ZIELE

Ökologische Auswirkungen evaluieren und prüfen, wo wir Optimierungsmöglichkeiten haben.

LANGFRISTIGE ZIELE

Code of Conduct für Ethischen Einkauf. Wie lassen sich Suffizienz-Aspekte erhöhen?

BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ

Der Gemeinwohl-Bericht wurde nach ausführlichen Diskussionen in der Peergruppe mit zwei anderen Unternehmern erstellt.

Erstellung des Gemeinwohl-Berichts durch:

Piroska Gavallér-Rothe, Geschäftsführerin

Zeitraum der Erstellung

Oktober 2014 – März 2015

Wieviele Personen-Arbeitsstunden wurden aufgewendet?

Ca. 20 Stunden Austausch in der Peergruppe

Ca. 12 Stunden für das Ausformulieren und Formatieren

8 Stunden Peer-Evaluierung

In toto: 40 Stunden

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

Bis jetzt aus Zeitgründen noch nicht. GWÖ-Bericht soll beim nächsten Kernteam-Meeting vorgestellt werden.

Datum: 20. April 2015
