

# GEMEINWOHL ÖKONOMIE



Ein Wirtschaftsmodell  
mit Zukunft

## Gemeinwohl-Bilanz der OmniCert Umweltgutachter GmbH

Berichtszeitraum 2016 / 2017

# Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname: OmniCert Umweltgutachter GmbH

Rechtsform: GmbH

Eigentums- und Rechtsform: GmbH

Website: <https://www.umweltgutachter.de>

Branche: Dienstleistungen

Firmensitz: Kaiser-Heinrich-II.-Straße 4, 93077 Bad Abbach

Gesamtanzahl der Mitarbeitenden: 36 (2017)

Vollzeitäquivalente: 27 (2017)

## Kurzpräsentation des Unternehmens

Seit 2009 verfolgen wir mit inzwischen über 30 Mitarbeitenden ambitioniert das Ziel einer selbstkritischen und mutigen Wende hin zu erneuerbaren Energien und gesellschaftlich gelebter Nachhaltigkeit. Wir sprechen kontinuierlich die Zukunftsthemen Energiewende, soziale Verantwortung, Ressourceneffizienz und Kreislaufwirtschaft mit dem Blick auf das Kerngeschäft unserer Kunden an. Als zugelassene Zertifizierungsstelle und Umweltgutachterorganisation zertifizieren wir Managementsysteme (EMAS, ISO 14001, ISO 50001), erstellen Gutachten für die Energiewende und führen Sachverständigenprüfungen durch. Wir zählen in dieser Branche zu den großen Dienstleistern.



## Produkte / Dienstleistungen

Geschäftsbereich Erneuerbare Energien (Anteil am Umsatz: 96 %):

- Prüfung von Biogasanlagen, Biomasse-HKW, Bioerdgas-BHKW, Holzvergaser und Einspeiseanlagen gemäß EEG (2004, 2009, 2012, 2014, 2017)
- Nachweise FW 308 und Primärenergiefaktor  $f_P$  609,
- Sachverständigenprüfungen AwSV, BetrSichV-Prüfung
- Sicherheitsschulungen nach TRGS 529
- Erstellung von Herkunftsnachweisen für Grünstrom



Geschäftsbereich Managementsysteme (Anteil am Umsatz: 4 %):

- Zertifizierung von Energiemanagementsystemen (ISO 50001, Alternatives System)
- Validierung von Umwelterklärungen (EMAS, ISO 14001)
- Auditierungen gemäß Cradle to Cradle-Standard
- Prüfung von Nachhaltigkeitsberichten
- Environmental Compliance



## OmniCert und Gemeinwohl

Für die OmniCert Umweltgutachter GmbH steht vor der Nachhaltigkeitsstrategie unsere Vision: *Erfolgreicher Umweltschutz, echte Kreislaufwirtschaft, soziale Fairness und die Wende hin zu 100 % Erneuerbaren Energien benötigen Ideen, Mut und Glaubwürdigkeit. Unsere tägliche Arbeit schafft das dazu nötige Vertrauen: wir prüfen aufrichtig und unabhängig die Einhaltung von ambitionierten Standards und entwickeln diese aktiv weiter. Wir inspirieren andere Menschen und unterstützen sie bei der Umsetzung von guten Ideen - auf dem Weg zu einer fairen, nachhaltigen und lebenswerten Gesellschaft. Wenn nötig unterstützen wir pro bono Organisationen oder hilfsbedürftige Menschen im Rahmen unserer Möglichkeiten.*

Aus unserer Vision leiten wir unsere Mission ab: Wir haben den Blick für die Praxis - weil wir Praktiker sind. Ausgehend von diesem Hintergrund schlagen wir täglich für unsere Kunden die Brücke zu anderen Disziplinen: Juristen im Umwelt- und Energierecht (EEG), Wirtschaftsprüfer, Anlagenhersteller, Banken, Versicherungen, Versicherungsmakler, Ministerien, Ämter und Fachbehörden, Stromnetzbetreiber und natürlich zu unseren Gutachterkollegen. Wir arbeiten diszipliniert und professionell, stets mit dem nötigen Augenmaß und immer im Gespräch mit unseren Kunden. Bei der Erstellung von Gutachten orientieren wir uns an rechtlichen Grundlagen, dem Stand der Technik und an den für Gutachter und Sachverständige gültigen Branchenstandards. Wir arbeiten dabei aktiv an der Weiterentwicklung dieser Standards. Wir werben nicht und verschicken keine ungebetenen Faxe oder Briefe. Dies widerstrebt unserem Berufsverständnis als Mitglied der Freien Berufe.

Wir begutachten. Das heißt für uns, dass unsere Unabhängigkeit unser höchstes Gut ist. Uns verbinden zahlreiche Kontakte in die Branchen Biogas und Biomasse- Heizkraftwerke, in die Bank- und Versicherungswirtschaft und in die Industrie. Jedoch halten wir uns streng unabhängig von Interessen Dritter. Aus diesem Grund bieten wir keine Planungsleistungen an, und beraten unsere Kunden nur in dem Maße, in dem es während einer Begutachtung vertretbar ist. Gute Tipps und Hinweise sind hier nicht fehl am Platze. Sollte ein Kunde jedoch eine ausführliche Analyse und Beratungsleistung wünschen, die unsere Unabhängigkeit als Umweltgutachter infrage stellt, bieten wir unserem Kunden nach einer Beratungsleistung mindestens 4 Jahre keine weitere Begutachtungsleistung an. Wir betreiben ein Qualitätsmanagementsystem, das wir ständig fortentwickeln. Kritik an unserer Arbeit nehmen wir dankbar und respektvoll auf und gehen ehrlich mit Fehlern um. Wir bekennen uns klar zu Nachhaltigkeit, Umweltschutz und zur Energieversorgung aus Erneuerbaren Energiequellen. Die selbstkritische, jedoch zielgerichtete und mutige Wende hin zu gesellschaftlich gelebter Nachhaltigkeit und zu den erneuerbaren Energien ist unser Ziel. Wir sind uns sicher, dass unsere Kunden bei uns gut aufgehoben sind.

Um unsere Nachhaltigkeitsstrategie transparent und glaubwürdig vertreten zu können, sind wir seit 2018 nach dem Standard der [B Corporation](#) zertifiziert. Um unsere Umweltleistung extern prüfen zu lassen, haben wir 2018 mit der Einführung und Aufrechterhaltung eines

Umweltmanagementsystems nach EMAS begonnen. In naher Zukunft möchten wir weitere Nachhaltigkeitsstandards im Unternehmen implementieren, um unsere Leistung in diesen Bereichen für Dritte transparent darzustellen. Offenheit, Lernbereitschaft, Kritikfähigkeit und sozial verträgliches Handeln sind in unserer Unternehmenskultur verankert und werden in der Praxis gelebt. Gegenüber allen Anspruchsgruppen verhalten wir uns immer so, dass wir auch bei kritischer Betrachtung durch externe Dritte einer Prüfung ohne Bedenken standhalten können. Gelebte Nachhaltigkeit in die Öffentlichkeit und in andere Unternehmen zu tragen, ist uns ein ernstes Anliegen wofür wir täglich mit unserer Arbeit beitragen.



**TESTAT:  
 AUDIT**

**VOLLBILANZ**

Gemeinwohl-Bilanz  
 2016/2017

für: OmniCert Umweltgutachter GmbH  
 Auditor\*in: Regina Sörgel

WERT	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
BERÜHRUNGSGRUPPE				
<b>A: LIEFERANT*INNEN</b>	<b>A1</b> Menschenwürde in der Zulieferkette 60 %	<b>A2</b> Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette 20 %	<b>A3</b> Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette 60 %	<b>A4</b> Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette 20 %
<b>B: EIGENTÜMER*INNEN &amp; FINANZ-PARTNER*INNEN</b>	<b>B1</b> Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln 30 %	<b>B2</b> Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln 70 %	<b>B3</b> Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung 60 %	<b>B4</b> Eigentum und Mitentscheidung 10 %
<b>C: MITARBEITENDE</b>	<b>C1</b> Menschenwürde am Arbeitsplatz 70 %	<b>C2</b> Ausgestaltung der Arbeitsverträge 60 %	<b>C3</b> Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden 30 %	<b>C4</b> Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz 50 %
<b>D: KUND*INNEN &amp; MITUNTERNEHMEN</b>	<b>D1</b> Ethische Kund*innenbeziehungen 70 %	<b>D2</b> Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen 50 %	<b>D3</b> Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen 80 %	<b>D4</b> Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz 20 %
<b>E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD</b>	<b>E1</b> Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen 70 %	<b>E2</b> Beitrag zum Gemeinwesen 30 %	<b>E3</b> Reduktion ökologischer Auswirkungen 60 %	<b>E4</b> Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung 40 %

Testat gültig bis: 31.01.2021

**BILANZSUMME 502**

Unsere Unternehmenswerte, an deren Erfüllung wir ständig arbeiten:





Aus Gründen der Lesbarkeit wird im folgenden Text die männliche Form gewählt, die Angaben beziehen sich jedoch immer auf Angehörige beider Geschlechter.

## Bezug von Materialien

### A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

#### A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

##### **So machen wir's:**

Als Dienstleister beziehen wir nur Produkte und Dienstleistungen, die wir für unsere tägliche Arbeit benötigen, wir produzieren nicht und vertreiben auch keine Produkte.

Zu unseren Hauptlieferanten können daher die folgenden Gruppen gezählt werden:

- Externe Dienstleister
- EDV-Bezug (siehe Punkt A3.1)
- Verpflegung (siehe Punkt A3.1)
- Büroausstattung (siehe Punkt A3.1)
- Büromaterialien (inklusive Papier) (siehe Punkt A3.1)

##### Externe Dienstleister:

Mit vielen unserer Dienstleister stehen wir in engem langjährigem Kontakt. Da es sich bei diesen Dienstleistungen häufig um regional ausgewählte Expertenarbeit (IT-Dienstleister, Steuerberater, Berater) handelt, können wir uns sicher sein, dass diese Mitarbeiter fair entlohnt werden.

**Das sagen die Zahlen:**

Ausgaben in %		2016	2017
Mitarbeiter	Löhne und Gehälter	71,5	59,1
	Fortbildungskosten (Fortbildungen, Fachliteratur und Zeitschriften)	2,8	1,7
	Dienstleistungen	7,8	17,4
Büro	Miete und Instandhaltung (Gebäude)	1,4	1,8
	Büroeinrichtung	0,1	5,0
	EDV	1,6	1,5
	Reparaturen und Instandhaltungen	1,0	1,1
	Bürobedarf	1,2	0,5
	Gas, Strom, Wasser	0,2	0,2
	Fortbewegung	2,4	2,2
Fortbewegung	KFZ-Kosten	2,4	2,2
	Neuanschaffungen	1,0	1,4
	Reise- und Bewirtungskosten	1,7	0,9
	Versicherungen, Beiträge und Abgaben	4,0	3,6
	Werbekosten	0,9	0,6
	Sonstiges (Porto, Telefon, Buchführungskosten)	2,3	3,0

**Da wollen wir hin:**

Wie wir unsere Lieferanten auswählen, haben wir Anfang 2018 in unseren Einkaufsrichtlinien festgelegt:

*„Wir wählen Lieferanten, die Verantwortung übernehmen und aktiv positive Effekte für die Umwelt und die Gesellschaft erzeugen, indem sie*

- *einen Verhaltenscodex definiert haben (hinsichtlich z.B. Arbeitsbedingungen, Sozialstandards, Umweltstandards, Geschäftsethik) und/oder nach national oder international gültigen Standards (z.B. EMAS, ISO, etc.) arbeiten und diesen leben*
- *soziale Projekte unterstützen*
- *aktiv zum Umweltschutz beitragen durch ihre best practices (z.B. memo Mehrwegboxen)*
- *ihre Arbeitsweise zertifizieren lassen und zertifizierte Produkte in ihrem Sortiment anbieten (BIO, Cradle to Cradle, Fair Trade, EMAS, FSC, UTZ, B-Corp)*
- *transparent arbeiten und wirtschaften*
- *einen kurzen Lieferweg zu uns haben (< 30 km)“*

Um die Auswahl von Lieferanten zu erleichtern, wurde eine Positivliste mit bevorzugten Lieferanten sowie eine Negativliste mit ausgeschlossenen Lieferanten erstellt.



Auch für unsere Verpflegung haben wir uns bereits folgendes Ziel gesetzt und in unseren Einkaufsrichtlinien festgehalten: *„Das Catering für Veranstaltungen, Schulungen oder Fortbildungen wird von der Person bestellt, die diese Veranstaltungen organisiert oder geplant hat. Wir bestellen ausschließlich Bioqualität und zu mindestens 80 % des Einkaufswertes vegetarisch bzw. vegan. Regionalen Lieferanten wird dann der Vorzug gegeben, wenn die angebotenen Produkte ebenfalls regional sind. Wir definieren dafür einen Radius von rd. 30 km.“*

#### Weitere Verbesserungspotentiale:

Wir evaluieren, wie unsere Dienstleister (regional) mit dem Thema Gemeinwohl (Mitarbeiter, Umwelt, Nachhaltigkeit) umgehen.

Wir bewerten und wählen unsere Dienstleister nach dem Umgang mit ihren Mitarbeitern aus.

Wir teilen unseren Lieferanten mit, dass wir uns mit dem Thema Gemeinwohlokonomie beschäftigen, uns Arbeitsbedingungen und Beschaffung von Produkten wichtig sind und wir unsere Lieferanten in Zukunft verstärkt nach diesen Kriterien auswählen.

Wir werten unsere Lieferanten und Produktgruppen strukturiert aus.

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

Besonders kritisch ist unser Bezug von EDV-Geräten. Wie im Punkt A1.1 beschrieben gibt es diesbezüglich momentan noch keine anspruchsvollen Labels. Wir setzen daher auf Langlebigkeit und Upgradefähigkeit. Die Ausgaben an IT-Software und Hardware betragen in 2017 1,8% unsere Gesamtinvestitionen.



## A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

### A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant\*innen

#### So machen wir's:

Als Dienstleistungsunternehmen im Bereich der Zertifizierung, Gutachtenerstellung und Prüfung ist die Tiefe der Wertschöpfungskette eher als gering einzustufen. Unser Kerngeschäft besteht aus der Begutachtung von Anlagen und Unternehmen unserer Kunden im Außendienst, wobei das Innendienstteam unterstützend tätig ist. Wir produzieren keine Güter im herkömmlichen Sinne, sondern erstellen Gutachten und Berichte. Unsere Wertschöpfungskette besteht dementsprechend aus Gremienarbeit, Akquise-Tätigkeiten, Angebotserstellung, Terminplanung, Terminvorbereitung, Vor-Ort-Terminen und der Terminnachbereitung.

Bei der Umsetzung unseres Tagesgeschäfts werden wir von Dienstleistern unterstützt; diese zahlen wir nach Angebot oder erhöhen den Preis fair und im Konsens. Wie in Punkt A1.1 beschrieben, stehen wir mit vielen dieser Dienstleister in langjährigem Kontakt, unsere durchschnittliche Dauer dieser Geschäftsbeziehungen schätzen wir auf sieben Jahre.

Auch bei unserem Umzug in das neue Firmengebäude haben wir Dienstleistungen von regionalen Produzenten und Handwerkern in Anspruch genommen. Auch hier haben wir nach Angebot gezahlt.

#### Da wollen wir hin:

Wir prüfen, ob wir bei allen Lieferanten eine faire Preispolitik betreiben, inwiefern diese verbessert werden kann, bzw. ob fairer Anteil an Wertschöpfung ausreichend gegeben ist.

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

#### So machen wir's:

Als kleines Unternehmen mit geringer Kaufkraft können wir kaum Einfluss auf unsere Zulieferkette nehmen. Unsere Einkaufsrichtlinien geben jedoch vor, Lieferanten, die Verantwortung übernehmen und aktiv positive Effekte für die Umwelt und die Gesellschaft erzeugen, den Vorrang zu gewähren.

Als Gutachterbüro und damit Dienstleister beziehen wir nur in geringem Maß Produkte, eine Gefahr der Marktmacht besteht daher nicht. Infolgedessen gab und gibt es diesbezüglich auch keine negative Berichterstattung.



**Da wollen wir hin:**

Wir weisen unsere Dienstleister, sofern noch nicht geschehen, darauf hin, dass wir Wert auf einen fairen und solidarischen Umgang entlang der Lieferkette legen.

Wir prüfen, ob unsere Dienstleister mit Subunternehmern oder freien Mitarbeitern arbeiten, ob faire Arbeitsbedingungen und Löhne gewährleistet sind.

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

Nicht zutreffend, siehe A2.2





## A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

### A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

#### So machen wir's:

Bedenkliche Produkte / Lieferanten aus ökologischer Sicht können in unserer Firma auf fünf Gruppen reduziert werden:

- IT- Hardware
- Teilweise Büroausstattung
- Büromaterial
- Verpflegung, Übernachtungen
- Fuhrpark (siehe D3.1)

#### IT-Hardware:

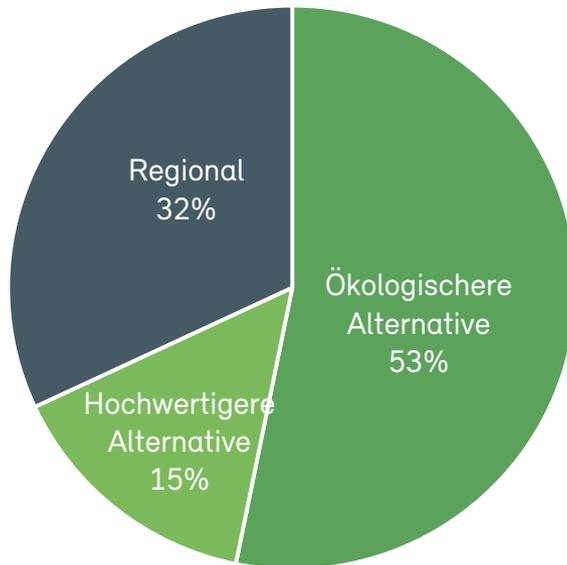
Wir wissen, dass gerade unser hoch technologisiertes Büro mit umfangreicher IT-Hardware ein kritischer Punkt hinsichtlich einer sozialverträglichen Beschaffung darstellt. Momentan gibt es für Hard- und Software international keine anspruchsvollen Labels bezüglich der Kriterien Fairness, Ökologie und Nachhaltigkeit. Daher werden die energieeffizientesten Geräte bei der Beschaffung bevorzugt, wenn das Top-Kriterium Langlebigkeit incl. Upgradefähigkeit gegeben ist. Über 75 % der seit Firmengründung (2009) angeschafften Computer werden noch im Unternehmen genutzt, drei ausrangierte Modelle wurden an eine Flüchtlingshilfe verschenkt. Handys werden so lange wie möglich genutzt und soweit machbar repariert.

#### Büroausstattung und Materialien:

Beim Innenausbau der 2017 neu angemieteten Büroräume haben wir auf einen regionalen Anbieter gesetzt. Hier hatten wir die Möglichkeit die Materialien selbst auszuwählen und haben, wo immer möglich, bewusst auf Holz und natürliche Materialien wie beispielsweise Filz oder Kokos gesetzt. Durch viele positive Gespräche konnten wir diesen Lieferanten außerdem überzeugen, ein Umweltmanagementsystem (EMAS) in den eigenen Reihen zu implementieren, welches bereits 2019 extern überprüft werden soll. Beim Bodenbelag fiel die Wahl auf einen Hersteller von Teppichfließen, welcher Nachhaltigkeit lebt und sich selbst das Ziel „Mission Zero“ (Null CO<sub>2</sub>-Ausstoß) bis 2020 gesetzt hat. Auch bei den zusätzlich notwendigen Arbeitsplätzen wurde einer der nachhaltigsten Hersteller von Büromöbeln gewählt, welcher auch Cradle to Cradle-zertifizierte Einrichtungsgenstände im Sortiment führt. Unser Geschirr haben wir uns von einer regionalen Künstlerin in Handarbeit anfertigen lassen. Der Großteil unserer Büroartikel beziehen wir derzeit von einem großen Versandhandel mit fairem und ökologischem Sortiment, der sich außerdem durch wertstoffschonenden Versand und ein Wertstoffrücknahmesystem auszeichnet.



## Büromaterialien 2017



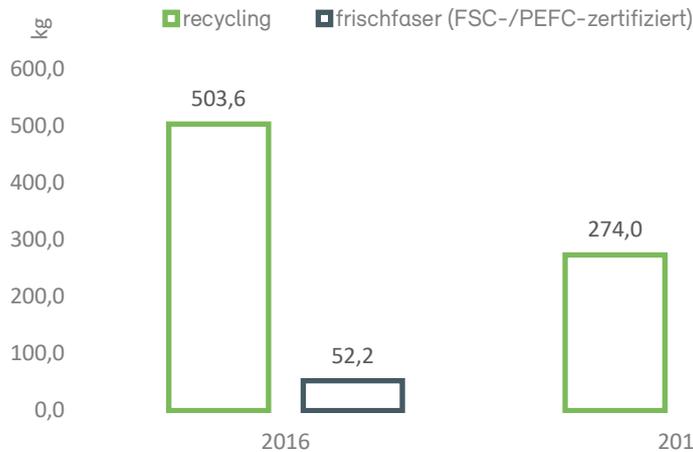
## Papierverbrauch:

Unser Geschäft ist es Gutachten zu erstellen. Da das in der Vergangenheit einen enormen Papierverbrauch bedeutete, haben wir 2017 begonnen auf ein papierloses Büro umzustellen. Alle bis dato vorhandenen Kundenunterlagen wurden digitalisiert und in ein neues Dokumentenablagensystem integriert. Dabei wurde über eine Tonne Papier vernichtet. Um diesen enormen Ressourcenverbrauch in Zukunft zu verhindern, werden unsere Kunden angehalten, Unterlagen per Email zu senden. Werden Unterlagen per Fax übermittelt, werden daraus direkt PDF-Dokumente erstellt, um Papier zu sparen. Sollte doch etwas gedruckt werden müssen, nutzen wir dazu überwiegend Recyclingpapier.

Zusätzlich wurde 2017 die gesamte IT-Infrastruktur so umgestellt, dass unsere Mitarbeiter im Außendienst alle Kundendaten direkt über unsere Systeme abrufen können. Zur Terminvorbereitung müssen damit keine Unterlagen mehr ausgedruckt werden und auch das Anfahren des Bürostandorts zur Terminvorbereitung ist nicht mehr nötig. Dadurch kann Fahrtstrecke und somit CO<sub>2</sub> – Emissionen eingespart werden.



## Papierverbrauch



### Verpflegung:

Die Verpflegung unserer Mitarbeiter erfolgt hauptsächlich durch regionale Anbieter, lokale Gaststätten, verstärkt solche mit biologischem Angebot. Bei Obst für unsere Mitarbeiter und Verpflegung für Schulungsteilnehmer, wählen wir vermehrt biologisch zertifizierte Lebensmittel. Die Kaffeebohnen für unsere Gastronomiekafeemaschine beziehen wir von einem lokalen Anbieter. Dieser steht in engem Kontakt mit seinen Lieferanten, bei denen es sich hauptsächlich um Kleinbauern handelt, in diesem Fall ist uns diese Glaubwürdigkeit wichtiger als ein Zertifikat.

### **Da wollen wir hin:**

Ein weiteres Elektroauto wurde 2018 zum Fuhrpark hinzugefügt. Der Einbau einer eigenen Ladestation am Firmenstandort mit Grünstrom ist in 2018 erfolgt.

### Weitere Verbesserungspotentiale:

- Wir ersetzen Autos aus dem Fuhrpark mit besonders hohem CO<sub>2</sub> Ausstoß zeitnah.
- Wir erhöhen den Anteil an biologisch zertifizierten Lebensmitteln stetig.
- Wir erhöhen den Anteil an Büromaterial, die von Memo bezogen werden, bzw. die eine ökologischere Alternative darstellen auf 100 % (inklusive Anteil an Recyclingpapier).
- Wir wählen Hotels und Unterkünfte nach ökologischen Kriterien.

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

EDV-Bezug siehe A1.2



## A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

### A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant\*innen

#### **So machen wir's:**

Mit unseren wichtigsten Dienstleistern befinden wir uns im ständigen persönlichen Austausch. Entscheidungen, die sie betreffen, werden soweit wie möglich im Konsens getroffen. Zu dieser Vorgehensweise erhalten wir viel positives Feedback.

#### **Da wollen wir hin:**

Wir evaluieren, wo und ob Lieferanten von Entscheidungen betroffen sein können und wie weit diese in zukünftige Entscheidungen einbezogen werden sollen.

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

#### **So machen wir's:**

Viele unserer Lieferanten sind uns persönlich bekannt, es handelt sich hauptsächlich um regionale, mittelständische bis kleine Firmen. Der Austausch mit diesen Lieferanten erfolgt im direkten Gespräch. Werden die Dienstleistungen über einen längeren Zeitraum benötigt, stehen wir im ständigen Austausch. Erfahren wir von gravierenden Missständen bei diesen Dienstleistern, beenden wir, wenn nötig das Geschäftsverhältnis. Wenn wir Dienstleistungen extern beauftragen, führen wir zuvor eingehende Gespräche und einigen uns gemeinschaftlich auf die Rahmenbedingungen der Geschäftsbeziehung. Wir wollen im „open Book“-Prinzip transparent alle wirtschaftlichen Informationen zur Verfügung stellen. Um sicherzustellen, dass der transparente und persönliche Austausch im Umgang mit unseren Lieferanten von allen Mitarbeitern gelebt wird, prüfen wir das im Rahmen interner Audits und schulen, wenn nötig diesbezüglich.

#### **Da wollen wir hin:**

Für Lieferanten, die für einen schlechten Umgang mit Mitarbeiter und Umwelt bekannt sind, wurde 2018 bereits eine Negativliste erstellt. Von diesen Lieferanten darf dann nicht mehr bezogen werden.

#### **Weitere Verbesserungspotentiale:**

Wir prüfen, welche Produkte und Dienstleistungen mit einem Label, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt, für uns in Frage kommen.



## B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

### B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

#### So machen wir's:

2017 wurde zur Finanzierung der neuen Büroräume erstmals Fremdkapital in Form von Verbindlichkeiten bei einer regionalen Genossenschaftsbank hinzugezogen.

#### Das sagen die Zahlen:

Kernindikator	Einheit	2016	2017
Eigenkapital	%	100	56
Fremdkapital	%	0	44

#### Da wollen wir hin:

Wir versuchen den Eigenkapitalwert stetig zu erhöhen, indem wir keine weiteren Verbindlichkeiten (Kredite) aufnehmen.

### B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

#### So machen wir's:

Derzeit bestehen Verbindlichkeiten (Darlehen) bei einem lokalen Kreditinstitut.

#### Das sagen die Zahlen:

Darlehensumfang: 500.000 € (Aufgenommen 2017)

#### Da wollen wir hin:

Wir prüfen, ob bei zukünftigen Verbindlichkeiten eine Finanzierung durch Berührungsgruppen (z.B. von Kunden durch Nachrangdarlehen oder von am Projekt Interessierten durch Crowdfunding) möglich ist.

### B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner\*innen

#### So machen wir's:

Unsere wesentlichen Finanzpartner sind die Volksbank und Raiffeisenbank Bad Abbach-Saal. Bei den Kreditinstituten handelt es sich um Genossenschaftsbanken. Sie sind regional fest verankert und engagieren sich lokal. Versichert werden wir durch die Allianz Versicherungs AG und Roland Rechtsschutz.



### Das sagen die Zahlen:

Am Auswertungstichtag:

Raiffeisenbank Kelheim eG (98 % des Finanzumfangs)

- Girokonto, Tagesgeldkonto, Darlehen, Genossenschaftsanteil

Volksbank Regensburg eG (2 % des Finanzumfangs)

- Girokonto, Tagesgeldkonto, Genossenschaftsanteil

### Da wollen wir hin:

Wir wählen zukünftige Finanzpartner weiterhin nach ethischen-sozialen Anlagebedingungen und Engagement.





## B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

### B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

#### So machen wir's:

Unser grundsätzliches Ziel ist eine Umsatzsteigerung von jährlich 10 %. Jedoch gilt die Maxime der nachhaltigen Unternehmensführung und damit Arbeitsplatzsicherung. Erwirtschaftete Gewinne werden in das Unternehmen reinvestiert, es gab in der 8-jährigen Firmengeschichte erst eine Gewinnausschüttung an Eigentümer.

Da ein Großteil unserer Kunden Aufträge mit drei oder fünf Jahren Laufzeit bei uns beauftragt haben, können wir jetzt schon sicher alle laufenden Kosten für das Folgejahr decken.

Strategische Aufwendungen können schwer monetär beschrieben werden. Um unsere Selbststrukturierung und unser Aufgabenmanagement zu verbessern, haben wir uns 2017 einen ganzen Monat Zeit genommen uns als Team weiterzuentwickeln (siehe C1.1). Ebenso entwickeln wir kontinuierlich den Unternehmensbereich „Zertifizierungsstelle“ weiter, um hier ein zukunftsfähiges Standbein zu schaffen. Auch unsere vielen Schulungstage sehen wir als Zukunftsinvestition (siehe C1.1).

#### Das sagen die Zahlen:

Kernindikator	Einheit	2016	2017
Anlagenzugänge	€	358.205 €	804.986 €
Strategischer Aufwand (Fortbildungen, Fachliteratur)	€	57.483 €	47.354 €

#### Da wollen wir hin:

Derzeit streben wir eine Akkreditierungserweiterung an, um unser Geschäftsfeld „Zertifizierungsstelle“ weiter auszubauen.

Seit Anfang 2018 führen wir das Projekt- und Produktmanagement „Scrum“ in allen Einzelteams unserer Firma ein.

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

Nicht zutreffend.



## B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

### B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen

#### So machen wir's:

Bei dem Umbau unserer Büroräume haben wir auf Regionalität und Umweltverträglichkeit geachtet (siehe A3.1), es sollte ein möglichst angenehmes Büroklima entstehen (siehe C1.2.). Außerdem haben wir unseren Fuhrpark bereits teilweise in Richtung E-Mobilität modernisiert (siehe D3.1).

#### Das sagen die Zahlen:

Kosten für Umzug und Innenausstattung: 484.000 €

Kosten für Renault Zoe (100% elektrisch): 23.000 €

#### Da wollen wir hin:

Wir wollen unseren Fuhrpark verändern (siehe D3.1).

Bei neuen Investitionen beachten wir unsere Einkaufsrichtlinien (siehe A1.1).

### B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung

#### So machen wir's:

Es bestanden in 2016 und 2017 keine Finanzanlagen.

#### Da wollen wir hin:

Werden Veranlagungen getätigt, wählen wir diese unter ethisch-nachhaltigen bzw. sozial-ökologischen Gesichtspunkten.

### Negativ-Aspekt B3.3 Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

#### So machen wir's:

Derzeit sind wir stark von der Ressource Treibstoff (Diesel) abhängig, da ein Großteil der Firmenflotte aus Fahrzeugen mit Verbrennungsmotor besteht.

#### Da wollen wir hin:

Wir haben uns bereits der E-Mobilität verschrieben; neu angeschaffte Fahrzeuge sollen diesem Kriterium entsprechen; der bestehende Fuhrpark wird sukzessive ersetzt (siehe D3.1).



## B4 Eigentum und Mitentscheidung

### B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

#### So machen wir's:

OmniCert wurde 2009 von Thorsten Grantner gegründet und befindet sich seither zu 100% in seiner Eigentümerschaft. Eine Gefahr der feindlichen Übernahme besteht durch diese Eigentumsstruktur nicht.

#### Da wollen wir hin:

Das langfristige Ziel ist eine Mitarbeiterbeteiligung am Unternehmen.

### Negativ-Aspekt B4.2 Feindliche Übernahme

Nicht zutreffend, siehe B4.1.





# C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

## C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur

### So machen wir's:

2017 haben wir uns in einem aufwändigen Prozess aus Workshops, Vorträgen und Schulungen einen Monat Zeit genommen und zu einer neuen Unternehmensstruktur gefunden. Nach dem Vorbild des Buchs „Reinventing Organizations“ von Frederic Laloux versuchen wir Hierarchieebenen so weit wie möglich abzuschaffen, die Eigenverantwortlichkeit des einzelnen Mitarbeiters zu unterstützen und jedem Mitarbeiter die Möglichkeit zur persönlichen Weiterentwicklung sowie eine sinnstiftende Arbeitsumgebung zu ermöglichen.

Dazu wurden alle Mitarbeiter in fünf eigenverantwortliche Teams eingeteilt, die selbstständig über ihre Teamorganisation und die Abarbeitung von Aufgaben entscheiden.

Innerhalb des Umstrukturierungszeitraums „Projektmonat“ haben sich Mitarbeiter Themenkomplexen angenommen, die ihre Arbeitswelt betreffen und ihnen am Herzen liegen und erarbeitet, wie wir als Firma zukünftig mit diesen Themen umgehen wollen. Daraus entstandene Projekte behandeln beispielsweise die Themen Konfliktbereitschaft, Fehlerkultur, Kreativität, interne Kommunikation, Besprechungsmethoden und Arbeitsschutz.

Vision und Werte des Unternehmens wurden in der Vergangenheit gemeinschaftlich erarbeiten und werden den Mitarbeitern seither stetig nähergebracht. Jeder einzelne Mitarbeiter ist dazu angehalten, sein Verhalten im Kontext unserer Werte zu hinterfragen und wenn nötig anzupassen.

Wir verfügen über ein kontinuierliches System zur Ermittlung unseres Schulungsbedarfs. Zudem steht es jedem Mitarbeitenden frei sich selbst Weiterbildungsmaßnahmen zu suchen; die Kostenübernahme und Freistellung hierfür erfolgt nach Absprache auch in Fällen, welche einen nachhaltigen Ansatz, jedoch keinen direkten Einfluss auf das Geschäftsmodell von OmniCert haben. Neben der Möglichkeit der Nutzung von externen Schulungsangeboten bieten wir auch interne Schulungen durch Kollegen oder Fachexperten an.

Für den in der Firma gelebten Innovationsprozess, der in unsere Projektkultur integriert ist, wurden wir 2017 mit dem TOP 100-Siegel geehrt und können uns damit zu den Innovationsführern des deutschen Mittelstands zählen.

Um Mitarbeitern lange Anreisen zu ersparen und eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu gewährleisten, kann in flexiblen Arbeitszeiten und -modellen sowie im Homeoffice gearbeitet werden.



Zur Ausübung ehrenamtlichen Engagement kann Sonderurlaub beantragt werden.

### Das sagen die Zahlen:

Kernindikator je Mitarbeiter	Einheit	2016	2017
Mitarbeiteranzahl		35	36
Vollzeitäquivalente		25	27
Durchschnittliche Krankheitstage	Tage je Mitarbeiter	1,66	3,42
Anzahl Verletzungen am Arbeitsplatz	Anzahl	0	1
Monate Elternzeit	Monate gesamt aller Mitarbeiter	14,5	22,5
Auswertung der Mitarbeiterzufriedenheit	Anzahl	2	/
Schulungstage gesamt	Tage /Jahr	nicht ausgewertet	387
Schulungstage je Mitarbeiter	Anzahl Tage je Mitarbeiter	nicht ausgewertet	10,75
Fluktuationsrate	Prozent	11%	20%
Geschlechterverteilung	Frauenanteil in %	54%	52%

### Da wollen wir hin:

Wir versuchen unsere oben beschriebenen Projektthemen (Bsp. Konflikte und Fehlerkultur) auf allen Ebenen und durchgängig in der Firma zu leben.

Wir führen regelmäßig Mitarbeiterumfragen durch und leiten daraus konkrete Maßnahmen ab.



## C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

### So machen wir's:

In 2017 besuchte uns ein Sportmediziner, der mit uns die Themen Sportmedizinische Vorsorgeuntersuchung und Bewegung im Alltag diskutierte. In diesem Zuge haben 30% unserer Mitarbeiter das Angebot angenommen, durch die Firma finanziert, an einer Sportleistungsdiagnostik teilzunehmen. Um die Gesundheit der Mitarbeitenden zu fördern können außerdem verschiedene individuell abgestimmte Zuzahlungen in Anspruch genommen werden.

Durch den Umzug in unsere neuen Büroräumlichkeiten im Jahr 2017 und die damit verbundene Möglichkeit der Innenausstattung der Räume haben wir insbesondere auf die Reduktion der Lärmbelastung geachtet. Die Schreibtische sind in Richtung der Wände aufgestellt, welche über schalldämmende Filzelemente verfügen, um den Geräuschpegel zu reduzieren. Zudem sind im Büro acht Besprechungsräume verschiedener Größen vorhanden. Dies sorgt dafür, dass Kollegen diese für Besprechungen oder für konzentriertes Arbeiten nutzen und sich andere nicht durch die Gespräche gestört fühlen. Jeder Mitarbeitende mit einer Vollzeitanstellung und viele Teilzeitmitarbeitende bekommen einen höhenverstellbaren Schreibtisch und können sich auf Wunsch selbst einen passenden Bürostuhl aussuchen. Den Mitarbeitern stehen außerdem Getränke und Obst kostenlos zur Verfügung. Fast alle Mitarbeiter sind mit einer IT-Infrastruktur ausgestattet, die es erlaubt den Arbeitsplatz je nach Arbeitssituation flexibel zu variieren. Betriebsunfälle konnten 2016 vermieden werden, in 2017 wurde eine kleinere Verletzung gemeldet. Grundsätzlich besteht für die Mitarbeitenden durch den reinen Bürostandort eine geringe Verletzungsgefahr. Nicht zu evaluierende Gefahren bei Kundenbesuchen werden durch die persönliche Schutzausrüstung (PSA) minimiert.

Ein zusätzliches Sicherheitsrisiko bergen lange Autofahrten zu und von Kundenterminen. Bisher kann die Option der Übernachtung vor Ort und Rückreise am nächsten Tag nicht immer in Anspruch genommen werden.

Für den Arbeitnehmerschutz sind außerdem eine Betriebsärztin und ein Sicherheitsbeauftragter benannt. Wir führen zudem regelmäßig Gefährdungsbeurteilungen u.a. zur psychischen Belastung durch. Für Entlastung in Bezug auf den mit Autofahrten verbundenen Stress am Arbeitsweg sorgt die Implementierung von Meetings via Videokonferenz. Mehrere Kollegen wohnen in einer Entfernung von um die 100 km zu unserem Standort in Bad Abbach. Aus diesem Grund ermöglichen wir seit 2017 die Erhöhung der Homeoffice-Tage.



Können Mitarbeiter auf Grund von Krankheit oder sonstigen Umständen ihre Arbeit nicht wie gewohnt durchführen, werden Lösungen zur Unterstützung (Homeoffice, Fahrassistenz, usw.) gefunden.

Ein angedachter Lauf- und Radtreff stieß bisher auf wenig Interesse.

#### Da wollen wir hin:

Wir halten unsere Außendienstmitarbeiter dazu an, nach langen Arbeitstagen Rückfahrten über 250 km zu vermeiden und stattdessen die Möglichkeit der Übernachtung zu nutzen.

Wir kommunizieren regelmäßig, welche Möglichkeiten den Mitarbeiter bzgl. der Verbesserung und dem Erhalt ihrer Gesundheit zur Verfügung stehen (siehe oben).

## C1.3 Diversität und Chancengleichheit

#### So machen wir's:

Außergewöhnlich für das Tätigkeitsfeld der OmniCert Umweltgutachter GmbH – im weitesten Sinne ein Ingenieurbüro – ist der Frauenanteil von über 50%. Dieser Anteil spiegelt sich auch in der Geschäftsführerebene wider. Bezogen auf den Altersdurchschnitt der Mitarbeiter sind wir die „jüngste“ Zertifizierungsstelle (Akkreditiert durch die DAkkS - Deutsche Akkreditierungsstelle) in Europa. In 2017 wurde unser Team durch einen blinden Kollegen unterstützt.

#### Das sagen die Zahlen:

Indikatoren	Einheit	2016	2017
Geschlechterverteilung	Frauenanteil in %	54	52
Monate in Anspruch genommener Elternzeit	Monate gesamt aller Mitarbeiter	14,5	22,5

#### Da wollen wir hin:

Wir weisen auf unserer Homepage bzw. bei Bewerbungen explizit darauf hin, dass Bewerbungen ohne Nationalität, Foto und Geschlecht erfolgen sollen.

Wir überlegen uns Strategien, benachteiligte Gruppen in den Bewerbungsprozess zu integrieren.

## Negativ-Aspekt C1.4 Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Keine entsprechenden Rückmeldungen vorhanden.



## C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

### C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

#### **So machen wir's:**

In 2017 wurde das teilweise provisionsgebundene Gehaltsmodell für unsere Umweltgutachter im Konsens abgeschafft. Neben den Fixgehältern gibt es für alle im Unternehmen beschäftigten Umweltgutachter einen von unserer Zielerreichung abhängigen Gehaltsbestandteil.

Alle Mitarbeitenden der OmniCert Umweltgutachter GmbH werden weit über die Vorgaben des MiLoG hinaus entlohnt. In einer internen Richtlinie werden Ausbildung, Kenntnisse und Erfahrungen bei der Gehaltsfindung berücksichtigt. Zwischen den Geschlechtern wird keinerlei Unterscheidung getroffen, Männer und Frauen verdienen gleich viel. In allen Arbeitnehmerbelangen halten wir uns an deutsches Recht. Die innerbetriebliche Spreizung des geringsten und höchsten Gehalts liegt bei sieben, der Medianbruttostundensatz bei 23 €.

#### **Da wollen wir hin:**

Wir stellen alle Mitarbeiter hinsichtlich der Extragehälter bei Zielerreichung gleich.

Wir erhöhen die Gehälter automatisch in Höhe der jährlichen Inflation.

Wir implementieren Gehaltsgespräche als festen Bestandteil bei Mitarbeitergesprächen oder entwickeln ein transparentes Entlohnungssystem.

### C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

#### **So machen wir's:**

Unsere firmendefinierte Wochenarbeitszeit beträgt 40 Stunden. Da wir Gutachten verfassen, die einer Fertigstellungsfrist unterliegen, ist unsere Arbeitsbelastung saisonal schwankend. Wir versuchen die Belastung durch eine Reihe von Maßnahmen zu reduzieren, indem wir die „heiße Phase“ entzerren. Die in den Wintermonaten zu leistenden Überstunden bleiben jedoch weiterhin bestehen, da wir nicht auf alle bestimmenden Faktoren Einfluss haben.

Generell wollen wir die Zahl der Überstunden jedoch stark einschränken. Überschreiten diese eine gewisse Zahl, müssen sie daher explizit genehmigt werden.

Die geleisteten Überstunden können theoretisch in Freizeit ausgeglichen werden, nicht immer lässt das die Arbeitsbelastung der Einzelnen zu.

#### **Da wollen wir hin:**

Wir erfassen die geleisteten Überstunden je Monat, um ein aussagekräftiges Bild über die temporäre Belastung der Mitarbeiter zu erhalten.



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

### So machen wir's:

Familienfreundlichkeit hat oberste Priorität und wird aufgrund der Altersstruktur und Geschlechterverteilung im Unternehmen aktiv gelebt. Unsere onlinebasierten Systeme ermöglichen eine flexible Arbeitsweise, das Arbeiten von zu Hause (wie in Punkt C1.1 beschrieben) eingeschlossen. Ein weiterer Baustein der Arbeitsgestaltung ist das vollständig flexible Teilzeitmodell, das OmniCert seinen Mitarbeitern anbietet. Generell kann jeder Mitarbeiter ein Arbeitszeitmodell abweichend von einer 40-Stunden Woche wählen. Eine Vielzahl der Mitarbeiter sowie Führungskräfte nutzen diese Möglichkeit, innerhalb der Arbeitsmodelle Vollzeit und Teilzeit, Werkstudententätigkeiten, befristete Anstellung oder duales Studium.

### Das sagen die Zahlen:

Indikatoren	Einheit	2016	2017
Mitarbeiter in Teilzeitmodellen	in % an gesamten Mitarbeiterzahlen	40	39

## Negativ-Aspekt C2.4 Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

### So machen wir's:

14% der Mitarbeiter befinden sich in 2017 in Pauschalverträgen, wonach geleistete Überstunden automatisch abgegolten werden, wobei diese Entlohnungsmodelle hauptsächlich für Führungskräfte mit entsprechenden Gehältern gelten. In 2017 waren 11% der Arbeitsverträge befristet, diese wurden jedoch alle in feste Verträge umgewandelt.

### Das sagen die Zahlen:

Indikatoren	Einheit	2017
Mitarbeiter mit befristeten Arbeitsverträgen	in % an gesamten Arbeitsverträgen	11
Mitarbeiter mit Pauschalverträgen	in % an gesamten Arbeitsverträgen	14



## C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

### C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

#### So machen wir's:

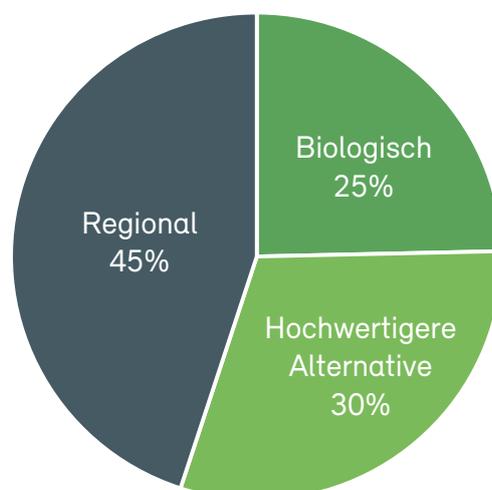
Den Mitarbeitenden steht jederzeit Kaffee aus unserer Gastronomiekaffeemaschine, Säfte sowie frisches Obst zur Verfügung. Dieses wird regional, saisonal und / oder biologisch bezogen.

Auch für die Verpflegung bei In-house-Schulungen oder Kundenbesuchen versuchen wir, wenn möglich die Lebensmittel biologisch zu beziehen, jedoch immer regional. Da wir hier aber durchaus noch Potential sehen, haben wir uns für die Zukunft (wie schon unter Punkt A3 beschrieben) strengere Einkaufsrichtlinien hinsichtlich unseres Lebensmittelbezugs gesetzt.

Da den Mitarbeitenden keine Kantine zur Verfügung steht, erfolgt die Mittagsverpflegung privat. Mitarbeiter werden jedoch dazu angehalten Strecken mit dem E-Auto, den E-Bikes dem Rad oder zu Fuß zurückzulegen und unnötigen Verpackungsmüll bei Essensbestellungen zu vermeiden.

#### Das sagen die Zahlen:

Lebensmittelbezug 2017



**Da wollen wir hin:**

Wir wollen den Anteil an biologisch erzeugten Lebensmitteln steigern. Unter bestimmten Umständen können jedoch auch andere Kriterien als die biologische Erzeugung ausschlaggebend sein (Kooperativen, direkter Bezug, Regionalität und damit Fußabdruck). Wir fokussieren, wie in unseren Einkaufsrichtlinien beschrieben (Siehe A1.1), vegetarische und vegane Ernährung.

Wir prüfen, ob eine Kooperation mit einer Gaststätte/ einem Restaurant zur wöchentlichen Belieferung möglich ist.

## C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

**So machen wir's:**

Derzeit reist ein Großteil der Mitarbeiter bedingt durch den ländlichen Standort des Unternehmens mit dem PKW an, vereinzelt werden hierbei Fahrgemeinschaften gebildet. In wenigen Fällen werden öffentliche Verkehrsmittel zur Anreise genutzt.

Die E-Autos der Firmenflotte werden explizit auch für den Arbeitsweg angeboten, ebenso stehen den Mitarbeitern E-Bikes als Fortbewegungsmittel zur Verfügung. Die 2017 bezogenen Büroräume wurden mit Duschen ausgestattet, um den Mitarbeitern die Anreise mit dem Rad zu erleichtern.

Bahncards und Jobtickets werden Mitarbeitern, die diese regelmäßig nutzen, zur Verfügung gestellt.

Zusätzlich können Mitarbeiter im Homeoffice arbeiten, um Fahrtwege zu sparen, dazu wurde die Infrastruktur der Büroräume stark ausgebaut (siehe C1.2).

**Das sagen die Zahlen:**

Zahlen werden nicht ausgewertet, es handelt sich um Schätzungen:

Ca. 8% der Fahrten mit dem Fahrrad

Ca. 2% der Fahrten mit dem Bus

90% mit dem PKW, bzw. in Fahrgemeinschaften

**Da wollen wir hin:**

Wir werten aus, wieviel CO<sub>2</sub> Emissionen durch die Anreise der Mitarbeiter verursacht werden. Wir bewerben die zur Verfügung gestellten Mittel (E-Bikes, Fahrgemeinschaften, E-Autos) noch häufiger, um hier eine erhöhte Nutzung dieser zu erreichen.

Wir fördern Fahrgemeinschaften soweit wie möglich (Poolfahrzeug für Fahrgemeinschaften, Akzeptanz möglicher veränderter Arbeitszeiten).

Wir geben finanzielle Anreize, um Mitarbeiter zur Anreise mit Bus oder Rad zu bewegen (Bsp: Gesparte CO<sub>2</sub>-Emissionen werden entsprechend ihrem Kompensationswert entlohnt).



## C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung

### So machen wir's:

Die Thematik Ökologie ist in der Firmenkultur fest verankert und wird auch in gewissem Maße selbstständig von den Mitarbeitern gelebt. Unsere Vision ist: „Erfolgreicher Umweltschutz, echte Kreislaufwirtschaft, soziale Fairness und die Wende hin zu 100 % Erneuerbaren Energien benötigen Ideen, Mut und Glaubwürdigkeit“.

Unsere tägliche Arbeit schafft das dazu nötige Vertrauen: Wir prüfen aufrichtig und unabhängig die Einhaltung von ambitionierten Standards und entwickeln diese aktiv weiter. Wir inspirieren andere Menschen und unterstützen sie bei der Umsetzung von guten Ideen - auf dem Weg zu einer fairen, nachhaltigen und lebenswerten Gesellschaft. Wenn nötig, unterstützen wir pro bono Organisationen oder hilfsbedürftige Menschen im Rahmen unserer Möglichkeiten.“

Bei vielen Gelegenheiten werden dazugehörige Themen kommuniziert (interne Emails und Besprechungen), diese werden jedoch nicht von allen Mitarbeitern in gleicher Intensität gelebt.

In Schulungsthemen sind ökologische Themen noch nicht fest verankert.

### Das sagen die Zahlen:

Ca. 90% Bekanntheitsgrad der Unternehmenspolitik bzgl. ökologischem Verhalten

ca. 65 % Akzeptanzgrad

### Da wollen wir hin:

Wir unterstützen die Mitarbeiter auch im Privaten bei einer ökologischen Lebensweise (Bspw. Ökostromwechsel).

Wir richten einen „Newsfeed“ zu umweltrelevanten Themen ein und beachten bei Schulungen auch Nachhaltigkeitsthemen.

Wir besuchen oder veranstalten gemeinsame Events mit „grünem Gedanken“ (Bspw. Filmabende, Vorträge).

Wir werden ein attraktiver Arbeitgeber für nachhaltig orientierte Bewerber.



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

### So machen wir's:

Es befinden sich Fahrzeuge mit extrem hohem CO<sub>2</sub> Ausstoß je gefahrenem Kilometer in der Fahrzeugflotte, diese sollen sukzessive ersetzt werden. Aus Sicht des Ressourcenverbrauchs ist jedoch abzuwägen, ob eine weitere Nutzung der Fahrzeuge möglicherweise sinnvoller als ein Neukauf ist.





## C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

### C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

#### **So machen wir's:**

Ein Teil der kritischen Daten der Firma steht allen Mitarbeitern zur Verfügung, dazu zählen jegliche Ausgaben (Gehälter lediglich als Summposten) und Finanzzahlen wie bspw. Umsatzrendite und Ergebnisse der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit sowie das Risikomanagement. Diese sind größtenteils grafisch aufbereitet und gut verständlich.

Jedoch kann bisher nicht jeder Mitarbeiter auf alle kritischen Daten zugreifen, dazu zählen Gehälter, zusätzliche Gehaltsbestandteile und die vollständige Liquiditätsvorschau. Die Transparenz von kritischen Daten wird daher auf ca. 75% geschätzt.

#### **Da wollen wir hin:**

Ausgewählte kritische Daten werden veröffentlicht, grafisch aufbereitet und regelmäßig präsentiert. Der Datenschutz bei personenbezogenen Daten wie Gehältern wird weiterhin eingehalten.

### C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

#### **So machen wir's:**

Die derzeitige Geschäftsführerin wurde von der Unternehmensleitung eingesetzt. Dazu wurde die Meinung eines großen Teils der Mitarbeitenden eingeholt.

#### **Da wollen wir hin:**

Bei Neueinstellungen (z.B. bei neuen Teammitgliedern) oder der Auswahl von Führungskräften beziehen wir die entsprechenden Teams bzw. betroffene Mitarbeiter verstärkt in den Auswahlprozess mit ein.

Zur Verbesserung der Führungsqualitäten können Mitarbeiter regelmäßig (anonym) Feedback geben.



## C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

### **So machen wir's:**

Im Vorfeld einer geplanten Umstrukturierung wurden alle Mitarbeiter Anfang 2017 gebeten, das Buch „Reinventing Organisations“ zu lesen und die dort enthaltenen Grundsätze im Hinblick auf die Vision und Werte unserer Firma zu bewerten. In persönlichen Einzelgesprächen mit der Geschäftsführung wurden die jeweiligen Erwartungen gesammelt. In einem darauffolgenden einmonatigen Workshop (Juli 2017) erarbeiteten alle Mitarbeitenden gemeinsam die derzeit bestehende Art der Zusammenarbeit.

Im Unternehmen wird jeder Mitarbeiter ermutigt seine eigenen Ideen umzusetzen. Hierzu gibt es einen Entscheidungsprozess, der eine Abstimmung mit allen betroffenen Mitarbeitern vorsieht. So soll eine zwar eigenständige, aber fundierte Entscheidung gewährleistet werden. Dabei geht es nicht zwingend darum Mehrheitsverhältnisse zu beachten, vielmehr soll eine reflektierte Entscheidung im Sinne der Firma getroffen werden. Diese Prämisse spiegelt sich auch in dem für Projekte entwickelten Prozess wider. Haben Mitarbeiter eine Idee und entspricht diese den Kriterien eines Projekts wird der Prozess durchlaufen. Die Führungsebene muss dabei weder in die Projektentscheidung noch -finanzierung explizit eingebunden werden, auch hier gilt, betroffene Mitarbeiter werden eigenständig konsultiert.

Innerhalb der Teams sind die Mitarbeiter in ihren Entscheidungen zu Aufgabenverteilung- und -einteilung eigenständig (detaillierte Beschreibung in Punkt C1.1) und werden ermutigt für einzelne Projekte und Aufgabenbereiche Verantwortung zu übernehmen. Strategische Entscheidungen werden von der Geschäftsleitung und den zuständigen Mitarbeitern entwickelt und der gesamten Belegschaft regelmäßig vorgestellt und teilweise diskutiert.

### **Da wollen wir hin:**

Die Mitarbeiter werden schon bei der Ausarbeitung bzw. vor der endgültigen Entscheidung wichtiger strategische Entscheidungen einbezogen.

## Negativ-Aspekt C4.4 Verhinderung des Betriebsrates

### **So machen wir's:**

Es ist kein Betriebsrat vorhanden, seine Gründung wird weder behindert noch gefördert.

### **Da wollen wir hin:**

Wir prüfen, ob Mitarbeiter gleichwertige Mitbestimmungsrechte auch ohne einen Betriebsrat ausüben können.



# D1 Ethische Kund\*innenbeziehungen

## D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund\*innen

### So machen wir's:

Unserer Ausgaben für Werbung sind gering; wir bauen auf Weiterempfehlungen durch zufriedene Kunden und werben für uns bei Vorträgen und auf Netzwerkveranstaltungen sowie durch unsere Homepage. Wir haben Umsatzziele, aber keine Umsatzvorgaben und werden nicht nach unseren Verkaufszahlen vergütet.

Jeder Kunde bekommt bei uns einen festen Kundenbetreuer zugeteilt, der erster Ansprechpartner für alle Themen ist und die interne Betreuung übernimmt. So versuchen wir eine persönliche und durchgängig gute Betreuung unserer Kunden zu gewährleisten. Sollte ein Kunde einmal nicht zufrieden sein, melden wir das an unser internes Qualitätsmanagementsystem und versuchen schon während dieser Meldung eine Lösung für den Kunden zu finden. Wir kommunizieren offen, dass Kunden aus geschlossenen Verträgen aussteigen können, sollten diese für sie nicht mehr wirtschaftlich sein.

Neukunden bekommen keine finanziellen Vorteile, gerade wenn eine Kunde durch die lange Zusammenarbeit seine Zuverlässigkeit bewiesen hat, können Fristen zu seinen Gunsten verschoben werden.

Um den Kunden im wahrsten Sinne des Wortes die Krone aufzusetzen, haben wir uns unter anderem dem Leitsatz „Wir bewerten unsere Fähigkeiten aus der Sicht des Kunden“ verschrieben.

### Das sagen die Zahlen:

Indikatoren	Einheit	2016	2017
Ausgaben für Werbung	€	17.936	16.913



## D1.2 Barrierefreiheit

### **So machen wir's:**

Angebote werden nach Unternehmensgröße bzw. Größe der Anlagen gestellt, kleine Firmen werden daher nicht benachteiligt. Betreiber kleinerer Biogasanlagen (75 kW-Anlagen) werden durch geringere Preise gestützt. Ebenso bieten wir eine Validierung nach EMAS für Kindergärten, Kirchengemeinden und soziale Organisationen günstiger an.

Mit unserer Vision haben wir uns außerdem vorgenommen: „Wenn nötig unterstützen wir pro bono Organisationen oder hilfsbedürftige Menschen im Rahmen unserer Möglichkeiten“

### **Da wollen wir hin:**

Wir prüfen, ob weitere benachteiligte Kundengruppen bestehen.

Wir werten aus, welcher Anteil unseres Umsatzes auf benachteiligte Kundengruppen zurückzuführen sind.

## Negativ-Aspekt D1.3 Unethische Werbemaßnahmen

### **So machen wir's:**

Es sind keine kritischen Werbemaßnahmen vorhanden.



## D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

### D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen

#### **So machen wir's:**

Wir haben mit Uppenkamp & Partner einen starken Geschäftspartner im Bereich der Zertifizierungen gefunden. Auf der Grundlage eines hohen Qualitätsanspruches stehen wir im ständigen fachlichen Austausch, entwickeln Prüfmethode nach gleichen Standards und schließen unsere Expertise für Kunden im gesamten Bundesgebiet zusammen.

Weiter Kooperationspartner sind:

- ift Rosenheim
- InfraServ Gendorf
- TÜV SÜD Management Service GmbH
- EPEA Internationale Umweltforschung GmbH

In Kooperation entstandene Dienstleistungen betragen ca. 5 - 10% der Bilanzsumme. 3 - 8 % davon fallen auf Unternehmen, die die gleiche regionale Zielgruppe ansprechen. 1 % auf Unternehmen der gleichen Branche, jedoch mit regional anderer Zielgruppe und weitere 1 % auf Unternehmen mit der gleichen regionalen Branche aber mit anderer Zielgruppe.

In folgenden Initiativen oder Verbänden engagieren wir uns aktiv, um am öffentlichen und politischen Diskurs zur Energiewende und zu ökologischem und sozialem Miteinander teilzunehmen bzw. diesen mitzubestimmen:

- UnternehmensGrün e.V., Bundesverband der grünen Wirtschaft
- B.A.U.M e.V.
- Verband für Nachhaltigkeit- und Umweltmanagement e.V. (VNU)
- Energieagentur Regensburg e.V.
- Energieblogger e.V.
- C.A.R.M.E.N. e.V.
- Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex (Schulungspartner)
- AGFW e.V.
- Fachverband Biogas e.V.



- FnBB e.V. (Fördergesellschaft für nachhaltige Biogas- und Bioenergienutzung e.V.)
- KUMAS e.V. (Kompetenzzentrum Umwelt e. V.)
- Verband Beratender Ingenieure (VBI)

Im Umweltgutachterausschuss (UGA), einem unabhängigen Beratungsgremium des Bundesumweltministeriums, versucht Thorsten Grantner als berufenes Mitglied sowohl die Glaubhaftigkeit wie auch die Integrität der Umweltgutachterbranche und ihrer Vertreter aufrechtzuerhalten und zu stärken. Damit engagieren wir uns in folgenden Bereichen:

- ✓ Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards
- ✓ Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying)
- ✓ Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards

#### **Da wollen wir hin:**

Wir prüfen, welche Informationen Mitunternehmern bereits zur Verfügung stehen und inwiefern dieser Informationsfluss erweitert werden kann.

## **D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen**

#### **So machen wir's:**

Wir übernehmen Aufträge von TÜV SÜD sowie von Uppenkamp + Partner, wenn diese Kunden aus verschiedenen Gründen ansonsten nicht bedient werden können. Dabei wurden 2016 und 2017 ca. 100 Mitarbeiterstunden innerhalb der Branche weitergegeben.

Die Summe der Finanzmittel, die dabei an Unternehmen der gleichen Branche weitergegeben wurden, beläuft sich auf unter 1 % des Umsatzes.



## Negativ-Aspekt D2.3 Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmern

### So machen wir's:

Wir bieten in der Biogasbranche ein sogenanntes „Komplettangebot“ aller vom Kunden benötigten Leistungen an. Damit werben wir am Markt. Anbieter einzelner Leistungen werden damit möglicherweise vom Markt verdrängt. Ein wertender Vergleich findet dabei möglichst nicht statt, dem Kunden wird lediglich eine vollumfängliche Lösung angeboten.

Wir kommunizieren dem Kunden jedoch aktiv, sollte er mit einem Mitbewerber zufrieden sein, dass er gerne wieder dort beauftragen soll. Generell loben wir unsere Mitbewerber häufig in der Kommunikation mit dem Kunden.

Wir haben keine Dumpingpreise und führen keine Preisabsprachen. Eine Maximierung der Marktanteile ist nicht in Unternehmensstrategie verankert. Es werden keine Patente erwirkt.





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

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

#### **So machen wir's:**

Als gesetzlich zugelassene Umweltgutachterorganisation und DAkkS-akkreditierte Zertifizierungsstelle bietet sich uns die Chance, Unternehmen kritisch in Ihren Aktivitäten im Bereich des Energie- und Umweltmanagements zu prüfen. Wir liefern unseren Kunden überdies aber auch wertvolle Impulse und regen diese an, sich neben der kontinuierlichen Verbesserung über die durch Normen und Verordnungen vorgeschriebenen Anforderungen hinaus zu engagieren. Durch unsere über 1.500 Gutachten und Sachverständigendienstleistungen im Bereich der Erzeugung von Erneuerbaren Energien unterstützen wir aktiv die Energiewende, fördern den Ausbau der erneuerbaren Energien und kämpfen damit gegen den Klimawandel an.

Kernziel ist immer das Schaffen eines positiven Bewusstseins in Bezug auf eine nachhaltige, ökologische Entwicklung. Das wollen wir bei Schulungen wie auch bei Kundenterminen mit praxisnahen Tipps erreichen, die einen Mehrwert für den Kunden schaffen.

Die Fahrten zu Kundenterminen verursachen durch unseren Verbrennungsmotor geprägten Fuhrpark derzeit den Großteil unserer CO<sub>2</sub> Emissionen. Gerade Kunden aus dem landwirtschaftlichen Bereich sind kaum mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen und müssen weiterhin mit dem PKW angefahren werden. In unserer Fahrzeugflotte befinden sich zudem viele Fahrzeuge mit überdurchschnittlich hohem CO<sub>2</sub>-Verbrauch. Dennoch ist eine langfristige Nutzung der Fahrzeuge aus ökologischer Sicht teilweise sinnvoller als ein Neukauf. Sukzessive wollen wir unseren Fuhrpark auf E-Autos umstellen und haben dazu 2017 bereits ein Auto mit Elektroantrieb angeschafft. Zudem versuchen wir unsere Kundentouren stetig effizienter zu planen, um so die Wege je Kunde zu reduzieren.

Zusätzlich versuchen wir möglichst viele Strecken mit den öffentlichen Verkehrsmitteln zurückzulegen; 2017 wurde lediglich ein Flug getätigt. CO<sub>2</sub> Emissionen, die wir mit diesen Maßnahmen noch nicht verhindern können, werden durch Ausgleichszahlungen in Klimaschutzprojekte kompensiert.



### Das sagen die Zahlen:

Kilometer	2016	2017
Gefahrene Kilometer je Kundentermin	185	103

### Da wollen wir hin:

Wir wollen durch eine effizientere (datenbankgestützte) Tourenplanung noch weniger Kilometer je Kunde im Auto zurücklegen.

Wir erhöhen den Anteil an Zugfahrten soweit möglich.

Wir führen ein elektronisches Fahrtenbuch in allen Firmenfahrzeugen zur Übersicht unserer gefahrenen Kilometer ein.

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

### So machen wir's:

Bei unseren angebotenen Dienstleistungen für Biogasanlagenbetreiber handelt es sich um verpflichtende Gutachten zur Förderung durch die Bundesregierung, wie auch zum Schutz von Betreiber und Umwelt.

Im Rahmen unserer Zertifizierungstätigkeiten bestätigen wir die tatsächliche Verbesserung von Unternehmen, ihrer energetischen oder ihrer gesamten Umweltleistung.

Eine globale Belastungsgrenze kann mit unseren Dienstleistungen nicht erreicht werden, im Gegenteil versuchen wir unsere Kunden durch zugeschnittene Lösungen und Tipps zum Umweltschutz zu motivieren. Als Cradle to Cradle Accredited Assessment Body begleiten wir Unternehmen auf ihrem Weg zur C2C-Zertifizierung.

Innerhalb unserer Firma versuchen wir Produkte möglichst lange zu verwenden (siehe A3.1).

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

### So machen wir's:

Es entstehen keine unverhältnismäßigen Auswirkungen durch unsere Dienstleistungen.



## D4 Kund\*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

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

#### **So machen wir's:**

Durch unsere Begutachtungs- und Auditierungstätigkeiten befinden wir uns im ständigen persönlichen Austausch mit unseren Kunden. Dadurch gewinnen wir einen Eindruck welche Dienstleistungen von den Kunden gewünscht und benötigt werden (Bspw. Angebotene Betreiberschulungen nach TRGS 529, Komplettangebot). So entstand beispielsweise auch unsere angebotene Leistung „Validierung nach EMASplus Standard“ auf Wunsch und in Zusammenarbeit mit Kunden.

Die Inhalte unsere Schulungen ergeben sich aus gesetzlichen Vorgaben. Die Umsetzung und Teilnehmerfreundlichkeit wird regelmäßig abgefragt, ausgewertet und verbessert. Schulungsinhalte, die keiner gesetzlichen Vorgabe entspringen, werden in Absprache mit den Kunden festgelegt.

### D4.2 Produkttransparenz

#### **So machen wir's:**

In unseren Angeboten werden Leistungen, Fahrtkosten und sonstige Aufwendungen gesondert dargestellt. Um die Kosten für unsere Kunden zu minimieren, werden Fahrtkosten einer längeren Kundentour unter allen angefahrenen Kunden aufgeteilt. Dies wird den Kunden transparent dargestellt.

#### **Da wollen wir hin:**

Wir wollen dem Kunden auch dann transparent darstellen wie viele Kilometer gefahren wurden, wenn wir diese nicht abrechnen. (Darstellung in Datenbank um interne Auswertung zu ermöglichen und Kunden den gesparten Betrag darzustellen).

Wir prüfen, ob es sinnvoll ist einzelne Leistungen noch transparenter aufzuschlüsseln bzw. im Angebot zu vermerken, wie viel Prozent unserer Ausgaben bspw. für Mitarbeiter oder Fortbildungen verwendet werden.

### Negativ-Aspekt D4.3 Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Da wir reine Dienstleister sind, sind enthaltene Schadstoffe für uns nicht relevant.



## E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

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

#### **So machen wir's:**

Durch unsere Dienstleistungen (siehe Einleitung) schaffen wir einen Nutzen, der in den UN-Entwicklungszielen SDG verankert ist: Wir fördern eine ökonomische und ökologische Nachhaltigkeit, verhelfen unseren Kunden zu mehr Sicherheit, Widerstandfähigkeit, verringern den Verlust der Biodiversität und schützen das Klima, indem wir streng prüfen, praxisnahe Tipps geben und unsere Kunden zu einer Verbesserung ihrer Umweltleistung motivieren. Durch unsere Gutachten, Sachverständigentätigkeiten und Audits leisten wir einen Beitrag zu einer glaubwürdigen und transparenten Energiewende in Deutschland.

#### **Da wollen wir hin:**

Wir haben bei unseren Tätigkeiten stets auch Gesellschafts- und Umweltschutz im Blick und schulen unsere Mitarbeiter dahingehend regelmäßig.

Wir informieren und motivieren den Kunden durch unser umfangreiches Wissensspektrum.

### E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

#### **So machen wir's:**

Wir engagieren uns in zahlreichen Vereinen und Verbänden und halten bundesweit Vorträge zu Themen aus den Bereichen Umweltmanagement nach EMAS oder DIN EN ISO 14001, Energiemanagement nach DIN EN ISO 50001, aus dem Bereich der Erneuerbaren Energien sowie zu nachhaltiger Kreislaufwirtschaft nach Cradle to Cradle. Wir versuchen durch unsere ernsthafte Überzeugung, dass nachhaltiges Wirtschaften Wohlstand für alle mit sich bringt und der einzige Weg ist, um gegen den Klimawandel anzukämpfen, auch andere von diesen Idealen zu begeistern.



### Das sagen die Zahlen:

Erreichte Personen	2016	2017
Schulungsteilnehmer an von uns veranstalteten Schulungen	539	260

### Da wollen wir hin:

Wir werten aus, wie viele Zuhörer wir bei Vorträgen und Schulungen erreichen.

## Negativ-Aspekt E1.3 Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Wir bieten keine unethischen Dienstleistungen an.



## E2 Beitrag zum Gemeinwesen

### E2.1 Steuern und Sozialabgaben

#### So machen wir's:

Wir zahlen die gesetzlich geforderten Sozialabgaben und Steuern vollumfänglich und pünktlich. Wir nutzen bewusst keine Gesellschaftsform, die es uns ermöglicht, weniger Steuern entrichten zu müssen. Unser Jahresabschluss ist im Bundesanzeiger veröffentlicht.

### E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

#### So machen wir's:

Um die Motivation für nachhaltiges Handeln und das Verständnis für Nachhaltigkeit bereits im Personalgewinnungsprozess zu berücksichtigen, achten wir hierbei bereits auf ehrenamtliches Engagement der Mitarbeiter. Es ist möglich, nach Absprache mit der Geschäftsführung, ehrenamtliche Tätigkeiten während der Arbeitszeit auszuführen oder dafür Sonderurlaub zu beantragen. Diese Möglichkeit wird jedoch bisher kaum in Anspruch genommen. Um die Gesellschaft über ökologisch relevante Themen zu informieren halten wir hierzu unentgeltlich Vorträge (siehe E1.2).

#### Das sagen die Zahlen:

Spenden	2016	2017
Spendenbeträge in Euro	200	3550
Ausgaben für Stipendien in Euro	1800	/

#### Da wollen wir hin:

Wir dokumentieren seit Anfang 2018 unsere Spenden intern einheitlich, um eine bessere Übersicht zu erhalten (Wiki).

#### Weitere Verbesserungspotentiale:

Wir fördern das ehrenamtliche Engagement unserer Mitarbeiter auch während ihrer Arbeitszeit (Information und Bestärkung).

### Negativ-Aspekt E2.3 Illegitime Steuervermeidung

Wir sind kein Teil eines internationalen Konzerns oder Verbunds und nehmen an keiner digitalen Ökonomie teil.



## Negativ-Aspekt E2.4 Mangelnde Korruptionsprävention

### So machen wir's:

In unserem Geschäftsfeld besteht, durch das Verhältnis zwischen Auftraggeber und durch ihn bezahlten Zertifizierer oder Gutachter, eine grundsätzliche Gefahr der Beeinflussbarkeit. Diesem Risiko werden wir in unseren internen Prozessen gerecht.

Die Bezugsstellen von Zertifizierungsleistungen fordern von den Ausführenden Unabhängigkeit und Loyalität. Um dies zu gewährleisten, mit Interessenkonflikten offensiv umzugehen und diese zu beseitigen sowie die professionelle Abwicklung von unabhängiger Stelle kontrollieren zu lassen, haben wir einen Ausschuss zur Sicherung der Unparteilichkeit einberufen. Die Mitglieder des Ausschusses sind unabhängige Personen des öffentlichen Rechts und stehen in keinerlei geschäftlicher Beziehung zum Unternehmen. Außerdem unterliegen wir einer strengen, kontinuierlichen staatlichen Überwachung durch die DAU (Deutsche Akkreditierungs- und Zulassungsgesellschaft für Umweltgutachter mbH) und DakS (Deutsche Akkreditierungsstelle).



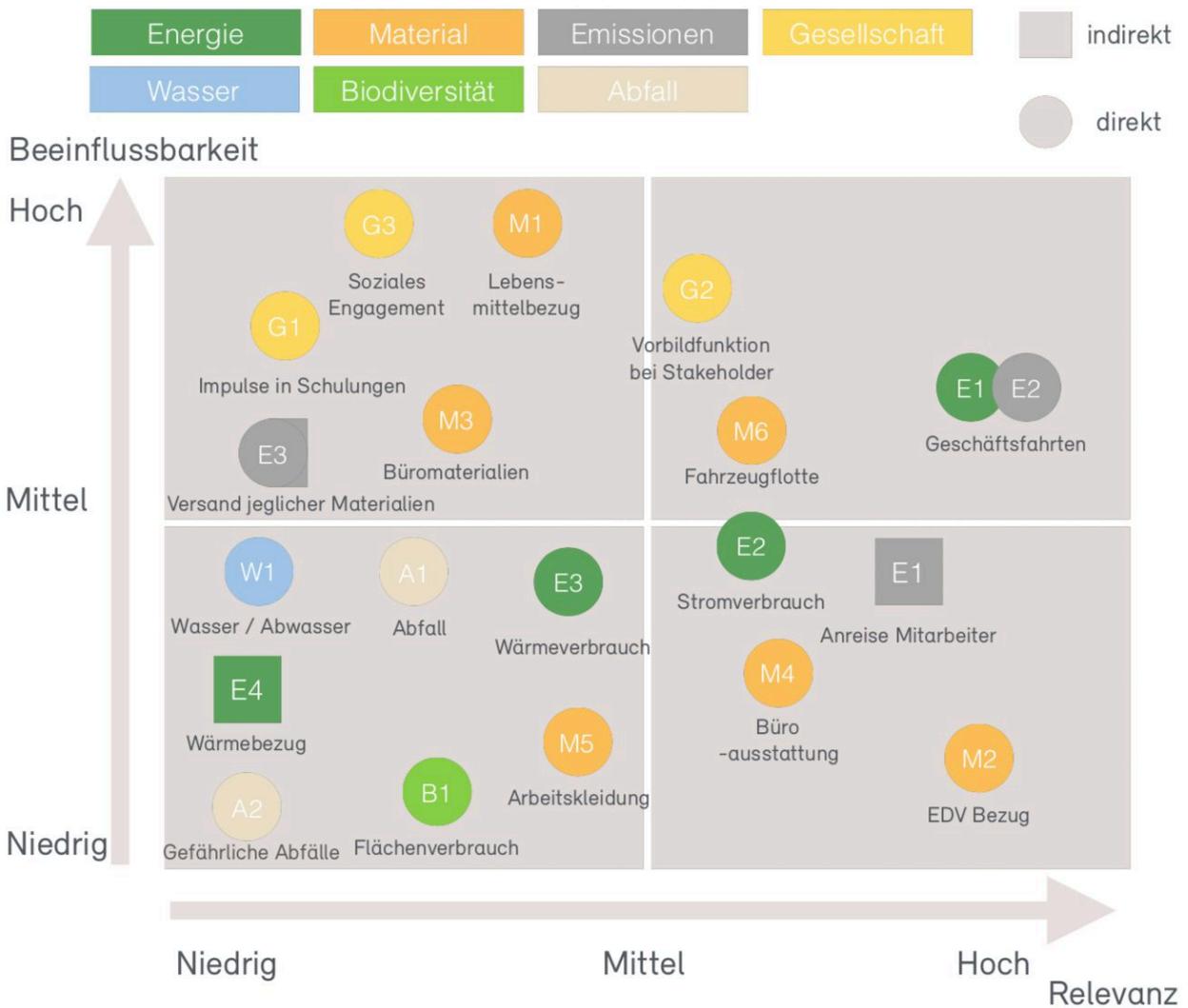


# E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

## E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie

So machen wir's:

Um einschätzen zu können, welche Umweltauswirkungen für uns besonders bedeutend sind, haben wir eine Umweltrelevanzbewertung erstellt.



Eine nähere Beschreibung der einzelnen Punkte findet sich in den Kapiteln A3, C3 und D3.



### Das sagen die Zahlen:

Kernindikator		Einheit	2016	2017
Abfall		kg	*	*
Wasser		m <sup>3</sup>	149	134
Energie	Strom (Grün)	kWh	8.055	7.459
	Strom (Grau)	kWh	239	763
	Erdgas	kWh	53059	37.226
	Kraftstoffe	Liter	10514	9755
Material	Papier			
	Recycling	kg	504	274
	Frischfaser (FSC- /PEFC-Zertifiziert)	kg	52	41
	Reinigungsmittel	Liter	*	38
Emissionen (CO <sub>2</sub> )	direkt			
	Fahrzeugflotte	CO <sub>2</sub> Tonnen	23	21
	indirekt			
	Strom	CO <sub>2</sub> Tonnen	/	2
	Gas	CO <sub>2</sub> Tonnen	13	9
Biodiversität		m <sup>2</sup>	*	*

Weitere Emissionen, die durch die Verwendung unserer Fahrzeugflotte entstehen, jedoch nicht qualitativ ausgewertet werden können, sind:

Kohlenmonoxid, Schwefeldioxid, Stickoxide, Feinstaub und Ruß.

Flüge werden generell nicht von der Firma unterstützt. Reisen innerhalb von Deutschland können mit dem Zug wahrgenommen werden.

In 2016 und 2017 durch uns verursachten CO<sub>2</sub>-Emissionen bei der Herstellung von Papier, durch Graustrom- und Erdgasbezug und im Zuge unsere Geschäftsfahrten haben wir durch Ausgleichszahlungen (Klima-Kollekte) kompensiert.

### Da wollen wir hin:

Derzeit sind wir durch die Heiztechnik und den Vermieter des angemieteten Gebäudes gezwungen unseren Wärmebedarf über eine Grundwasserwärmepumpe zu decken, die mit Graustrom betrieben wird. Jedoch können wir versuchen unseren Vermieter zum Umstieg auf Grünstrom zu bewegen.



## E3.2 Relative Auswirkungen

### So machen wir's:

Da wir einen großen Kundenstamm besitzen, können wir Kundentouren sehr effizient, mit möglichst geringen Fahrstrecken planen. Um zusätzlich Fahrstrecke einsparen zu können, werden unsere Kunden von einem Gutachter / Sachverständigen mit nahegelegenen Wohnsitz angefahren. Wir versuchen konstant die Tourenplanung effizienter zu gestalten, um noch mehr gefahrene km und damit CO<sub>2</sub> einzusparen (Siehe D3.1).

Qualitative Vergleichswerte innerhalb der Branche können kaum gebildet werden.

### Das sagen die Zahlen:

Kilometer	2016	2017
Gefahrene Kilometer je Kundentermin	185	103
Gefahrene Kilometer je Leistungsgruppe	142	78

### Da wollen wir hin:

Wir stellen unseren Kunden dar, wieviel CO<sub>2</sub> und sonstige Emissionen durch die Anfahrt mit einem E-Auto gespart wurde (automatische Berechnung je km in Datenbank hinterlegen).

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

### So machen wir's:

Es liegt noch kein Verzeichnis der Betriebsgenehmigungen, Gesetze und Verordnungen vor.

### Da wollen wir hin:

Wir erstellen ein umfangreiches Rechtskataster im Zuge der EMAS Einführung 2019.



## E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

### E4.1 Transparenz

#### **So machen wir's:**

Der im Zuge der Gemeinwohlabilanzierung entstandene Bericht wird unseren Interessensgruppen auf unserer Homepage zur Verfügung gestellt, ein externes Audit dazu findet statt.

#### **Da wollen wir hin:**

Für 2019 ist eine Validierung der Umwelterklärung nach EMAS geplant.

### Aspekt E4.2: Gesellschaftliche Mitentscheidung

#### **So machen wir's:**

Wir stehen in ständigem Dialog mit unseren Anspruchsgruppen. Für Interessierte gab es 2017 einen Tag der offenen Tür. Für unsere Kunden bieten wir neben den Dienstleistungen, welche zumeist vor Ort erbracht werden, auch Schulungen an. Wir kommunizieren über die Sozialen Medien, Veröffentlichungen, über Zeitungsartikel und Fachbeiträge in Branchenmagazinen. Herr Grantner leitet zudem die Arbeitsgruppe Zulassung, Prüfung und Aufsicht des Umweltgutachterausschusses des Bundesumweltministeriums um nachhaltige Entwicklungen aktiv mitgestalten zu können. Dies verdeutlicht auch die Mitgliedschaft im Gesamtvorstand des B.A.U.M. e.V. oder die Ressortleitung Produktbilanzierung beim VNU - Verband für Nachhaltigkeits- und Umweltmanagement e.V. (siehe Punkt D2.1). Wie in Punkt E2.4 beschrieben, unterhalten wir freiwillig einen Ausschuss zur Sicherung der Unparteilichkeit. Dieser, besetzt durch unabhängige Personen mit Branchenkenntnis, vertritt die Interessen der Öffentlichkeit bzw. der Kunden gegenüber dem Unternehmen. Kunden können sich direkt an den Ausschuss wenden, sollten sie mit (Zertifizierungs-) Entscheidungen des Unternehmens nicht einverstanden sein.

#### **Da wollen wir hin:**

Wir erstellen eine Stakeholderanalyse im Zuge der EMAS Einführung 2019 und bewerten, ob alle Stakeholder ausreichend in die Mitentscheidung miteinbezogen werden.

Wir gehen aktive auf unsere Berührungsgruppen zu.

Bei der Neubesetzung von einzelnen Mitgliedern des Ausschusses zur Sicherung der Unparteilichkeit beauftragen wir Personen, die die Interessen der Öffentlichkeit bestmöglich vertreten können (bspw. Mitarbeiter einer Nichtregierungsorganisation).



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

Alle öffentlichen Informationen entsprechen der unternehmensinternen Realität.



## Ausblick

### Kurzfristige Ziele

Prüfung und Evaluierung aller noch nicht in ausreichendem Maß vorliegenden Daten (siehe Bericht).

Einführung eines Umweltmanagementsystems (EMAS).

Berichterstattung nach DNK-Standard.

### Langfristige Ziele

Zusammenführung der Umwelterklärung nach EMAS und des GWÖ-Berichts, der B-Corp- und DNK- Berichterstattung.



## Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Beteiligt waren einzelne Mitarbeiter zur Informationsbeschaffung, insbesondere jedoch die kaufmännische Abteilung und die Geschäftsleitung.

Insgesamt wurden 120 Stunden, das heißt 15 Arbeitstage, aufgewendet. Im gesamten Erstellungsprozess wurden die Mitarbeiter regelmäßig über die wöchentlichen Besprechungen sowie durch persönliche Gespräche informiert.

Datum: 26. November 2018

- 

Thorsten Grantner – Geschäftsführer

GEMEINWOHL   
**ÖKONOMIE**  
Bilanzierendes Unternehmen