

Gemeinwohlbericht

2018

Susanne Dahncke - Coaching für Querdenker

Harburger Schloßstr. 6-12, 21079 Hamburg

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname:

Susanne Dahncke, Coaching für Querdenker

Rechtsform:

Einzelunternehmen, freiberuflich

Website:

www.coaching-fuer-querdenker.de, nachfolge-workshop.de, family-business-circle.de

Branche:

Coaching/ Unternehmensberatung

Firmensitz:

Hamburg, Harburger Schloßstr. 6-12, 21079 Hamburg

Mitarbeitende:

1, keine festen Mitarbeiter/Innen, projektbezogene Kooperationen und Subunternehmer

2018: Umsatz: 50.000 €, Jahresüberschuss: 28.600 €

Berichtszeitraum: 1.1.2018 - 31.12.2018

Kurzpräsentation des Unternehmens

Ich begleite Familienunternehmer und deren Angehörige bei der gemeinsamen Klärung aller Fragen, die sie zu ihrem/n Unternehmen haben. Meine Aufgabe ist eine Prozessmoderation, die insbesondere in Nachfolgeprozessen intensive Unterstützung beinhaltet. Ich coache Nachfolger/innen und Geschwisterteams und leite Familienworkshops zur Erarbeitung von Nachfolgeplänen und Familienverfassungen. Ich leite verschiedene Peergroups für Unternehmertöchter und organisiere und leite bundesweite Unternehmerzirkel und übernehme Dozententätigkeiten in verschiedenen Instituten zum Thema Familienunternehmen.

Tätigkeitsbereich

Dienstleistung 2018	Anteil in %
Workshops Familienverfassung	28
Familiencoaching	34
Unternehmer-/Gründercoaching	9
Nachfolger/innencoaching	7
Peergroups	19
Dozententätigkeit	3
Unternehmerzirkel (nur Kostenerstattung)	-

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Meine Haltung als Coach:

- Systemtheorie: Die Lösung steckt im System
- Konstruktivismus: Jeder Mensch hat seine eigene Wahrheit
- Spiritualität: Alles ist mit Allem verbunden

Der Bezug meiner Tätigkeit zur GWÖ:

- Im Generationswechsel wird von der Nachfolgeneration der Sinn des Unternehmens neu definiert. Das Gemeinwohl ist dabei oft eines der Bestandteile.

Meine Aktivitäten für das Gemeinwohl und die GWÖ:

- Ich bin Mitglied in der Hamburger Arbeitsgruppe „Beratung“ und unterstütze diese Arbeit seit 10/2018 aktiv durch die Mitorganisation von Veranstaltungen usw.

Kontaktperson:

Susanne Dahncke, dahncke@coaching-fuer-querdenker, 0172-4138348



Testat:	Externes Audit	Gemeinwohl-Bilanz	für Susanne Dahncke, Coaching für Querdenker	
	M5.0 Vollbilanz	2018	Auditor*In: Regina Soergel	
Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berührungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette:	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette:	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette:	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette:
	0 %	20 %	10 %	20 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln:	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln:	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung:	B4 Eigentum und Mitentscheidung:
	30 %	0 %	0 %	./.
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz:	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge:	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden:	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz:
	90 %	80 %	80 %	100 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen:	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen:	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen:	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz:
	70 %	50 %	10 %	20 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen:	E2 Beitrag zum Gemeinwesen:	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen:	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung:
	50 %	70 %	20 %	20 %
			Testat gültig bis: 31. März 2022	BILANZSUMME: 327

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. TestatID: p0ya2
Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf www.ecogood.org

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

Auflistung aller zugelieferten Produkte und Dienstleistungen in % von den Gesamtkosten im Berichtszeitraum:

Ausgabenart und % der Ausgaben	Erläuterung und soziale, ökologische, regionale Bewertung
Miete 8%	Coaching / Workshops: TuTech-Haus Homeoffice: Altbau mit Energieausweis
Energie/Strom in Miete enthalten	Coaching /Workshops: Strom-Anbieter Öko-Strom Homeoffice: Hamburg-Energie (Öko-Strom)
Einrichtung 0%	Gebraucht
Technik/Computer 2 %	Laptop: Apple - Wartung Handy: Apple innerhalb des Mobilfunkvertrags Drucker: HP aus den Vorjahren
Druckerfarbe 1%	Refill-Patronen
Papier 1%	Recycling-Papier, weitestgehend Papierlos
Mobilität 33%	Fahrrad, HVV, PKW, Bahn, Flugzeug
Reisekosten 2%	Airbnb/ Hotel
Coaching-Materialien 1%	3 M, Recycling, Edding
Kaffee/ Tee sonst. Catering 1%	Konventionell Großhandel, Bio und Fairtrade
Subunternehmer/Innen 21 %	Moderation: Dr. Daniela Jäkel-Wurzer Coaching: -
Versicherungen 0,5 %	Trainerversorgung
Internet/ Telefon 6 %	1&1, Vodafone

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Es gibt kein explizites Engagement für mehr soziale Verantwortung gegen über den Zulieferern, gesetzliche Vorschriften werden eingehalten. Wie hoch der Anteil der Produkte ist, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden, kann nicht ermittelt werden.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Verstärkung des Engagements für mehr soziale Verantwortung, insbesondere über die ehrenamtliche GWÖ-Arbeit.

Negativ-Aspekt A1.2 Verletzung der Menschenwürde

Nicht relevant.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Als Einzelunternehmerin kann kaum Einfluss auf die Geschäftsbeziehungen zu LieferantInnen genommen werden. Subunternehmer für Moderation und Coaching werden zu gleichen Bedingungen honoriert. Die Zusammenarbeit ist langjährig. Zahlungen werden fristgerecht geleistet, gesetzliche Vorschriften bezüglich Lieferung und Leistungen werden eingehalten.

Indikatoren:

Durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehungen zu Lieferant*innen	5 Jahre
Geschätztes Verhältnis des Anteils an der Wertschätzung zwischen Unternehmen und Lieferant*innen	Nicht relevant

Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Mir sind Risiken und Missstände bzgl. Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette bewusst. Einige der gekauften Produkte tragen ein Label, dass Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt (Fairtrade und GEPA bei Kaffee und Blumen).

Indikatoren:

Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt	5 %
Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. Die auf dieser Basis gewählt wurden.	Unbekannt

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Verstärkung des Engagements für mehr Solidarität und Gerechtigkeit, insbesondere über die ehrenamtliche GWÖ-Arbeit.

Negativ-Aspket A2.3 Ausnutzung der Marktmacht

Nicht relevant.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Es wird ausschließlich Hardware von Apple genutzt (Laptop, Mobiltelefon, iPad). Apple wird gemäß Greenpeace-Ratgeber grüne Elektronik 2017 mit der Amerikanischen Note B- bewertet.

Die Energieversorgung erfolgt im Berichtsszeitraum mit Öko-Strom (Hamburg-Energie, ein städtischer Versorger, der den Strom selbst produziert und den Ausbau der erneuerbaren Energien in der Region voran treibt), PKW-Mobilität mit E10-Benzin. Für das Homeoffice gibt es einen Energieausweis (Endenergiebedarf 104.8 kWh(qma), Primärenergiebedarf 117.5 kWh(qma), Energieträger Erdgas).

Beim Bezug von Papierwaren für Drucker und Coaching wird auf Recycling-Materialien (blauer Engel) geachtet. Es werden recycelte Farbpatronen für den Drucker genutzt. Zugekaufte Produkte werden auf ökologische Risiken und Auswirkungen geprüft und es werden ökologisch höherwertige Alternativen gesucht.

Indikatoren:

Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind	10 %
Anteil der Lieferant*innen, die zur Reduktion ökologischer Auswirkungen beitragen	Unbekannt

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Es kann noch konsequenter auf den Einkauf von Waren mit Umwelt-Label geachtet werden. In 2019 wird die private PKW-Nutzung auf E-Mobilität umgestellt, der Wagen (E-smart for two) bei Drivy zum Car-Sharing angeboten. Mir ist bewußt, dass jeder Einkauf von z.B. Kerosin, Öl und Elektrotechnik ein ökologisch kritischer Einkauf ist. Diesen nehme ich in Kauf, solange es am Markt noch keine nachhaltigen Produkte gibt.

Negativ-Aspekt 3.1 Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen

Nicht relevant.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferantinnen

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Als Einzelunternehmerin habe ich keinen Einfluss auf die Mitentscheidungsrechte und Informationstransparenz bei LieferantInnen.

Indikatoren:

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

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Es kann noch konsequenter auf den Einkauf geachtet werden. Als Ein-Personen-Unternehmen liegt mein Fokus jedoch insbesondere auf Funktionalität und Kosten-Nutzen-Analyse der Produkte. Des Weiteren kann ich keinen Einfluss auf Transparenz und Mitsprache bei der Erstellung der Produkte nehmen und bin daher in einer eher abhängigen Position dem Lieferanten gegenüber.

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

Als Einzelunternehmerin kann ich keinerlei Einfluss auf die Mitentscheidungsrechte und Informationstransparenz bei LieferantInnen nehmen.

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Ich befinde mich in der Ausbauphase meiner Selbständigkeit. Ich kann die Kosten meines Unternehmens und meiner privaten Lebensführung durch die Einnahmen aus meiner Beratungstätigkeit weitestgehend decken. Für Sonderkosten wie Urlaub und private Investitionen stehen mir Einnahmen aus Immobilienvermietungen (FamilienGbR) und Vermögen aus dem Familienkreis zur Verfügung.

Indikatoren:

Eigenkapitalanteil	100 %
Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche	100 %

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Steigerung der Umsätze und Gewinne, um auch Sonderkosten aus meinen Einnahmen decken zu können.

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Ich wirtschaftete zu 100% frei von Fremdfinanzierung.

Indikatoren:

Fremdkapitalanteil	0 %
Finanzierungen	0 €

Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*Innen

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Ich arbeite nur mit einem Finanzpartner zusammen, der Deutschen Bank. Diese ist bekanntermaßen nicht ethisch-nachhaltig ausgerichtet.

Indikatoren: Auflistung der Finanzpartner

Deutsche Bank Geschäftskonto	100 %

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Wechsel des Finanzpartners im Laufe des Jahres 2019 hin zur GLS-Bank.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Mittelüberschuss aus laufender Tätigkeit €	28.000
Gesamt-Zukunftsausgaben	10 %
Getätigter strategischer Aufwand/strategische Ausgaben €	0 %
Anlagenzugänge €	0
Zuführung zur Rücklage €	0
Auszuschüttende Kapitalerträge	100 %

Die Verteilung von Geldmitteln erfolgt zu 100 % fair: Die Erträge werden als Unternehmerlohn und für den Aufwand für Sub-Unternehmer ausgekehrt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

Negativ-Aspekt B2.2 Unfaire Verteilung von Geldmitteln

Entfällt

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Ich habe im Berichtszeitraum keine Investitionen getätigt.

Indikatoren:

Investitionplan inkl. Ökologischer Sanierungsbedarf	0
Realisierung der ökologischer Investitionen	0

Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Ich habe im Berichtszeitraum keine Veranlagung vorgenommen.

Finanzierte Projekte	0
Fond-Veranlagungen	0

Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

Negativ-Aspekt B3.3 Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Meine Tätigkeit baut nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen auf. Für die Mobilität werden Alternativen gewählt: E-Smart ab 2019, Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln und Fahrrad für Kurzstrecken.

B4 Eigentum und Mitentscheidung

B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Das Unternehmen befindet sich zu 100 % in meinem Besitz und Entscheidungsraum. Mitbestimmung durch Mitarbeiter findet daher nicht statt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

Negativ-Aspekt B4.2 Feindliche Übernahme

Nicht relevant

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

In meinem EPU ist die Verantwortung für das Führen des Geschäftes in meinen Händen. Darüber hinaus trage ich die Verantwortung für alle Leistungen, die aus den Aufträgen meiner Kunden entstehen: Auftragsklärung, Leistungsinhalte, Terminkoordination. In Abhängigkeit von den mit meinen Kunden getroffenen Vereinbarungen bin ich weitgehend autonom in der Gestaltung meiner Arbeit und der Ausgestaltung meiner Arbeitsbedingungen.

Ich erlebe meine Arbeit im hohen Maße als entwicklungsfördernd für mich (und meine Kunden). Darüber hinaus habe ich 2018 an 2,5 Tagen Fortbildungen (Innerne Ressourcen-Aufstellung und Lernweg GWÖ Teil 1) und 6 Stunden Supervision teil- und wahrgenommen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Meine Arbeitstage bestehen aus unterschiedlichen Tätigkeiten: Die Arbeit im Sitzen am Computer und die Arbeit im Sitzen und Stehen/Gehen im Coaching und Workshops mit meinen Kunden sowie die An- und Abreisen.

Mindestens jeder zweite Arbeitstag beginnt für mich mit einer halben Stunde Yoga und Meditation, mindestens einmal pro Woche nehme ich Yogastunden im Institut wahr. Die Bürotage verbringe ich im Homeoffice auf einem ergonomischen 3D-Hocker, so dass meine Muskulatur aktiv ist. Ich arbeite an einem Laptop mit optimalen Lichteinfall. Im Coaching sitze ich, in Workshops bewege ich mich viel bei der Moderation der Prozesse. Die Wege zum Kunden nehme ich mit dem PKW und öffentlichen Verkehrsmitteln wahr, in Frühling/Sommer/Herbst mit dem Fahrrad.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

C1.3 Diversität und Chancengleichheit

Ist im Ein-Personen-Unternehmen nicht relevant.

Negativ-Aspekt C1.4 Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Trifft nicht zu.

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Ich befinde mich in der Ausbauphase meines Unternehmens. Mein Verdienst ist zu 100 % abhängig von meiner Ertragslage und dem damit erzielten Gewinn. In 2018 betrug der Gewinn: 28.600 vor Steuern, d.h. rund 2.383 pro Monat.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Steigerung des Gewinns durch höhere Umsätze in 2019.

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

In einem „normalen“ Arbeitsmonat arbeite ich 30 bis maximal 50 Stunden pro Woche. Darin enthalten sind alle vorbereitenden Arbeiten für Coaching und Workshops, die Arbeit direkt mit den Kunden und Reisezeiten, die Nachbereitung, Akquise, Marketing und Besuch von Veranstaltungen, Verwaltung und Buchhaltung sowie meine ehrenamtlichen Tätigkeiten für (bis 6/2018) die Rotarier und (ab 10/2018) die GWÖ.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Ich achte sehr auf meine Grenzen, um mich körperlich und energetisch nicht zu überfordern und finde meinen Ausgleich in Meditation, Yoga und Naturerlebnissen. Zweimal jährlich (im Sommer vier Wochen und im Winter zwei Wochen) mache ich ausgedehnte Urlaube zur Erholung und Inspiration.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

Negativ-Aspekt: C2.4 Ungerechte Arbeitsverträge

Trifft nicht zu.

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Ich ernähre mich bewusst und mit Genuss. Ich verzichte auf Zucker, esse weitestgehend fleischlos und kuhmilchfrei und achte auf vollwertige und frisch zubereitete Mahlzeiten. Ich beziehe die Waren zu 70 % im Bio-Handel und achte dabei auf saisonale Produkte. In meinem Arbeitsalltag im Homeoffice esse ich frisch Zubereitetes, auf Reisen und in Workshops achte ich auf die Ausgewogenheit meiner Mahlzeiten, jedoch ohne Fokus auf ökologische Produktion.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Zu ca. 30% meiner Zeit arbeite ich im Home-Office. 50% meiner Arbeitszeit verbringe ich mit meinen Kunden in meinen Coachingräumen in Hamburg-Harburg oder bei meinen Kunden außerhalb von Hamburg. Weitere 20 % meiner Arbeitszeit verbringe ich mit dem Besuch von Veranstaltungen, Akquise, Netzwerken und meinem Ehrenamt.

Für die Fahrten zu Kundenterminen nach Harburg und zu Kunden außerhalb von Hamburg nutze ich zu 60 % das Auto, zu 20 % die Deutsche Bahn und zu 10 % das Flugzeug.

Innerhalb von Hamburg nutze ich zu 80% den HVV zu 20% das Fahrrad bzw. gehe zu Fuß (geschätzter Wert, da nicht erfasst). Das Auto teile ich mir mit meinem Lebenspartner.

Insgesamt ergibt sich folgende Aufstellung anhand der Kostenanteile der verschiedenen Verkehrsmittel:

Indikatoren:

Fahrten mit dem PKW	56 %
Fahrten mit der Bahn	10 %
Reisen mit dem Flugzeug	24 %
Fahrten mit öffentlichen Verkehrsmitteln (HVV)	10 %

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Die Flugreisen habe ich kompensiert bei [atmosfair.de](https://www.atmosfair.de). Ab Januar 2019 fahre ich einen E-Smart, den ich mir mit meinem Ehepartner teilen werde, außerdem werde ich weniger mit dem Flugzeug und dafür mehr mit der Bahn reisen.

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Mein bewusster Umgang mit Bewegung, mein Ernährungs- und Mobilitätsverhalten sind Ausdruck meiner spirituellen Lebenshaltung, die ich im Alltag weitestgehend ritualisiert habe. Ich fühle mich damit als ein Teil einer Gemeinschaft, die ihr Leben ganz bewusst gestaltet. Diese Art der Lebensgestaltung inspiriert Menschen in meinem Umfeld, so dass diese Gemeinschaft wächst.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

Negativ-Aspekt C3.4 Anleitung zur Verschwendung

Trifft nicht zu.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

Ist für mein EPU nicht relevant.

C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

Ist für mein EPU nicht relevant.

C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Ich arbeite mit Coaches und Trainern als Subunternehmer zusammen, die zu 100 % gleichberechtigt neben mir sind. Workshops und Seminare werden gemeinsam konzipiert, angeboten und akquiriert und die Erträge paritätisch geteilt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

Negativ-Aspekt C4.4 Verhinderung Betriebsrat

Nicht relevant.

D1 Ethische Kund*innenbeziehungen

D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Ich gewinne neue Kunden in erster Linie durch Empfehlungen, meine Teilnahme an Veranstaltungen als Gast und Gastgeberin sowie durch meine Internetpräsenz.

Ich pflege eine Kunden/Innen-, InteressentInnen- und Kontaktdatenbank und nehme unregelmäßig anlassbezogen Kontakt auf. Ich spreche Einladungen per Email und persönlich zu speziellen Veranstaltungen aus, gebe Hinweise auf aktuelle Studien und

Bucherscheinungen. Dafür nutze ich auch Präsenz in den Social-Media-Plattformen XING, Linked-In und Facebook.

Vor der Erteilung eines jeden Auftrages erfolgt ein kostenloses Erstgespräch persönlich oder per Telefonkonferenz. Auf diese Weise lerne ich die Unternehmerfamilien oder Einzelpersonen kennen und erfahre Ihre Ziele mit einem Coaching. Gleichzeitig lernen die Interessenten mich und meine Arbeitsweise kennen. Diese ersten Treffen gestalte ich wie einen ersten moderierten Workshop/ein erstes Coaching. Im Anschluss an das Gespräch fasse ich die Zielsetzungen zusammen und mache ein konkretes Angebot für die Vorgehensweise.

Die Abrechnung meiner Leistung erfolgt jeweils nach erbrachter Leistung auf Stunden- bzw. Tagesbasis. Eine Prozesskontrolle erfolgt gemeinsam jeweils in den Coachings/Workshops, so dass alle Beteiligten Einfluss auf die Inhalte und die Vorgehensweise nehmen können und der Kundennutzen optimiert wird. Meine Arbeit erfolgt auf Basis des bestätigten Auftrags ohne Vertrag, so dass die Prozesse jederzeit in allgemeinem Einvernehmen beendet werden können, wenn dieses nötig erscheint.

Mein Werbeauftritt ist klar, sachlich und informativ. Mir ist wichtig, dass meine Kunden mich als vertrauenswürdige und integere Person wahrnehmen. Im Umgang miteinander sind mir Wertschätzung und Respekt, Klarheit und Ehrlichkeit äußerst wichtig.

Meine Zielgruppe „Unternehmertöchter“ erreiche ich insbesondere durch die Veröffentlichung des von mir und zwei Kolleginnen geschriebenen „Praxishandbuchs Weibliche Nachfolge“ und die Präsenz der entsprechenden Homepage www.nachfolge-workshop.de. Für diese Kundinnencluster veranstalten wir gemeinsam regelmäßige Peerproup-Treffen. Die Terminierung dieser Treffen erfolgt in Abstimmung mit allen Teilnehmerinnen, ebenso wie die Themenwahl für die Veranstaltung. Dieses Cluster wird über Neuigkeiten über einen vierteljährlichen Newsletter informiert. Die Registrierung und Abmeldung erfolgt unkompliziert entsprechend DSGVO über die entsprechende Homepage. Die Reichweite dieser Homepage vergrößere ich durch die Präsenz auf den Social-Media-Plattformen XING und Facebook. Hier nutze ich ausschließlich die kostenfreien Möglichkeiten, die sich an meine direkten Kontakte wenden und sehe von bezahlten Anzeigen ab.

Indikatoren:

Budget 2018 für Marketing, Werbung, Verkauf (Homepage, Newsletter, Veranstaltungen)	1.700 €
Bezahlung von Verkaufsmitarbeitern	Nicht relevant
Interne Umsatzvorgaben	Nicht relevant

Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

D1.2 Barrierefreiheit

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Zu meinen Kunden zählen auch Kleinunternehmen und EPU's. Meine Preisgestaltung ist höchst individuell, um diesen Interessenten den Zugang zu meiner Dienstleistung zu ermöglichen (bis hin zu kostenfreien Einzelcoachingstunden in besonderen Fällen). Diese Preisgestaltung werde ich in Zukunft auch bei gemeinwohlorientierten Unternehmen anwenden. Darüber hinaus bin ich BAFA-akkreditiert und kann geförderte Beratungsmaßnahmen anbieten. Somit haben diese Kunden grundsätzlich den gleichen Zugang wie sonstige Kundengruppen.

Ich biete meine Dienstleistung komplett barrierefrei an - bis hin zum barrierefreien Zugang und dem Fahrstuhl in dem Bürogebäude, in dem mein Coachingraum untergebracht ist und ich entsprechende Workshop-Räume nutze.

Indikatoren:

Umsatzanteil Kleinunternehmen und EPU	9 %
Umsatzanteil BAFA-geförderte Beratung	nicht in Anspruch genommen in 2018

Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

Negativ-Aspekt D1.3 Unethische Werbemaßnahmen

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Die Nutzung von Facebook kann wegen Datenunsicherheit als unethisch betrachtet werden. Das nehme ich in Kauf, da ich über dieses Netzwerk viele meiner potenziellen KundInnen (insbesondere Unternehmertöchter) erreiche.

Verbesserungspotenziale:

-

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern

D2.1 Kooperation mit Mitunternehmern

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Für mich als Einzelunternehmerin sind Kooperationen sehr wichtig. Ich bin daher Kooperationen gegenüber aufgeschlossen, die meine Kompetenz ergänzen. Wichtig ist mir dabei, eine ähnliche Wertgrundlage und gleiche Zielvorstellung. Ich nutze Kooperationen für die gemeinsame Kundengewinnung und die gemeinsame Auftragsbearbeitung. Darüber hinaus nutze ich Kooperationen für regelmäßigen Austausch (Supervision) und die gemeinsame Entwicklung von neuen Projekten, Produkten und Dienstleistungen.

Kooperationen 2018:

Nachfolge-Workshop: Diese Kooperation mit Dr. Daniela Jäkel-Wurzer ist aus dem Buchprojekt heraus entstanden. Sie hat das Ziel, die Zielgruppe „Unternehmertöchter“ mit Workshops, Peergroups und Informationen zu versorgen. In dieser Kooperation wird Wissen und Informationen über aktuelle Studien, Coachings- und Beratungstools getauscht. Darüber hinaus geben wir gezielt Angebote an Unternehmerfamilien gemeinsam ab und geben uns Kunden und Kontakte aus unseren jeweiligen Regionen weiter.

Family-Business-Circle: Diese Kooperation mit Georg Zahnen Beratung (Köln), Hans Meyer psychologische Beratung (Berlin) und Monika Börner systemische Beratung (Frankfurt) ist entstanden, um Familienunternehmern eine Austauschplattform auf Augenhöhe zu ermöglichen. Die Veranstaltungen werden durch uns kostenfrei angeboten, lediglich die Kostenerstattung für Raumnutzung und Catering wird durch eine Umlage durch alle Teilnehmenden getragen. Ziel der Kooperation ist die Vernetzung der Unternehmerfamilien und eine Ausweitung einer bundesweiten Gemeinschaft, die sich zielgerichtet im Rahmen einer kollegialen Beratung unterstützt. Auch in dieser Kooperation wird Wissen und Information geteilt.

Carola Jungwirth Nachfolgeberatung: Die Kooperation mit der Rechtsanwältin hat zum Ziel, das Produkt Familienverfassung gemeinsam anzubieten und über aktuelle Projekte gemeinsam zu reflektieren. Hier wird das spezielle Wissen zum Thema Familienverfassung und Familiendynamik geteilt.

BVMW/ Roland Lüdemann: Meine Mitgliedschaft im BVMW/IBWF und speziell die Kooperation mit Roland Lüdemann hat zum Ziel, durch gemeinsame Veranstaltungen das Thema Unternehmensnachfolge zu bespielen. Gemeinsam mit zwei weiteren Beratern nutzen wir Formate wie das EntscheiderForm und in Zukunft das PersonalForum, um KMU-Unternehmer zum Austausch auf Augenhöhe zusammen zu bringen. In Zukunft sind gemeinsame GWÖ-Veranstaltungen geplant.

HSBA/IMF Peter Klein: Die Kooperation mit dem IMF (Institut für Mittelstand und Familienunternehmen in Hamburg) hat das Ziel, Familienunternehmern eine umfassende Informationsplattform zu allen Themen rund um das Familienunternehmertum zu geben. Darüber hinaus bin ich an der HSBA Lehrbeauftragte für das Thema Familienverfassung.

In Zukunft:

GWÖ-Berater: Ich strebe die Kooperation mit anderen GWÖ-Beratern an, um regelmäßig im Austausch zu sein und gemeinsam Bilanzierungsprojekte anzubieten. Erste Verbindungen zu Hamburger Beratern bestehen bereits und werden ausgebaut.

Purposecommunity: Eine weitere Kooperation strebe ich an mit Berater/Innen, Lehrer/Innen und anderen Coaches zum Thema „Sinn“. Hier werden voraussichtlich unter einem gemeinsamen Dach Beratungen, Coaches, Yogastunden zum Thema Gesundheit, Wohlbefinden und Sinnfindung.

Insbesondere bei der gegenseitigen Unterstützung durch Reflexion und Supervision bin ich mit meinen Kooperationspartnern und anderen Anbietern aus dem Markt und ähnlichen Branchen (z.B. Yoga, Kinesiologie, Physiotherapie) sehr solidarisch und biete meine Unterstützung und Mitarbeit kostenfrei bzw. im Austausch gegen Beratungsleistung an.

Indikatoren:

Wie hoch ist der investierte Zeit- und/oder Ressourcenaufwand für Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens?	30 %
Wie viel Prozent von Zeit/Umsatz werden durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet/erzielt: - Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional) - Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen - Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, mit anderer Zielgruppe	30 % 0 % 0 %
In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen? - 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	GW Ö - GW Ö

Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Ich verhalte mich solidarisch mit anderen Beratern meiner Branche. Insbesondere im Rahmen von Supervision gebe ich mein Wissen gern zum Nutzen der Wettbewerbspartner her. Ich habe bislang noch nicht gezielt Aufträge an andere Unternehmen vergeben, um diesen aus schwierigen wirtschaftlichen Situationen heraus zu helfen, da mir diese Situation noch nicht begegnet ist. IdR sehe ich mich eher in einer Sparringspartnerschaft, d.h. ich unterstütze andere Berater unentgeltlich bei ihrer Weiterentwicklung.

Indikatoren:

Wie viele Arbeitskräfte bzw. Mitarbeiter*innenstunden wurden an Unternehmen ... - anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?	0
- der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?	0
Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen ... - anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?	0
- der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?	0
Wie hoch beläuft sich die Summe an Finanzmittel, die an Unternehmen ... - anderer Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?	0
- der gleichen Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? (Summe, %-Anteil vom Umsatz/Gewinn)	0

Negativ-Aspekt D2.3 Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Es wird auf schädigendes und diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen komplett verzichtet.

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Ich verkaufe keine materiellen Produkte, sondern Beratungs/Coachingdienstleistungen. Die ökologischen Auswirkungen beim Erbringen dieser Dienstleistungen liegen insbesondere im Mobilitätsverhalten (siehe C 3) und dem Verbrauch von Papier und sonstigen Moderationsmaterialien (A3).

Bei den Flugreisen versuche ich durch eine optimale Zeitnutzung vor Ort die ökologischen Auswirkungen zu relativieren: Ich verbinde meine Kundentermine mit Terminen für Neukquisition, Kooperationstreffen und private Treffen. Zudem kompensierte ich die sieben Flüge Hamburg-München-Hamburg aus 2018 über [atmosfair.de](https://www.atmosfair.de) mit 40 € für 1736 t.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Die Umweltfolgen insbesondere durch Nutzung des privaten PKW bis 2018 werden ab dem Jahr 2019 stark reduziert durch die Nutzung eines Wagens mit Elektroantrieb (smart for two). Dieser Wagen wird darüber hinaus der Nachbarschaft über Drivy zur Verfügung gestellt, mein Lebenspartner nutzt den Wagen ebenfalls.

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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Meine Tätigkeit ist eine Prozessbegleitung, die meine Kunden befähigt, in Zukunft ihre Fragestellungen eigenständig zu lösen. Dieses Empowerment ist aus meiner Sicht eine hoch suffiziente Nutzung meiner Dienstleistung. (Mein Geschäftsmodell zielt nicht darauf ab, Beratungsprozesse zur Erhöhung des eigenen Wachstums künstlich zu strecken.)

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

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Es gibt keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen meiner Dienstleistungen.

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Meine Dienstleistung ist generell hoch individuell und auf die Kundenanforderungen zugeschnitten (siehe D 1). Im Prozess stimmen wir gemeinsam Schritt für Schritt die weitere Vorgehensweise ab, der Kunde hat immer verschiedene Möglichkeiten zur Auswahl. Gleiches gilt für die Preise, die individuell auf die Zielgruppe (Kleinstunternehmen bis Konzernstrukturen) zugeschnitten sind.

Anteil der Dienstleistungsinnovationen, die mit der Beteiligung von Kund/Innen entstanden sind.	100 %
Anzahl der Dienstleistungsinnovationen mit sozialökologischer Verbesserung die durch Mitwirkung entstanden sind	Nicht relevant

Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

D4.2 Produkttransparenz

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Nicht relevant

Negativ-Aspekt D4.3 Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Nicht relevant

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Meine Arbeit dient zu 100% dem menschlichen Grundbedürfnis von Harmonie, Nähe, Gerechtigkeit und Zusammengehörigkeit und Existenzsicherung. Die Unternehmerfamilien und die Unternehmensnachfolger konsultieren mich, weil diese Grundbedürfnisse zur Zeit der Auftragsklärung in Frage stehen und sie diese wieder herstellen wollen. Damit dient meine Arbeit ebenso zu 100 % der Entwicklung der Menschen, die sich in den Prozess begeben und löst damit im kleinen Rahmen gesellschaftliche Probleme des Zusammenwirkens. Damit erfüllt meine Arbeit eindeutig einen Mehrfachnutzen (siehe unten).

Indikatoren: Nutzenarten meiner Dienstleistungen

Grundbedürfnisse	100 %
Statussymbole	0
Entwicklung der Menschen	100 %
Entwicklung der Erde/Biosphäre	0
Löst gesellschaftliche/ökologische Probleme	100 %
Mehrfachnutzen	100 %
Pseudo-Nutzen	0
Negativ-Nutzen	0

Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Meine Arbeit stärkt die Gemeinschaft im Privat- und Berufsleben gleichermaßen. Meine Kunden klären eigene Bedürfnisse und Ängste und lernen die der anderen Beteiligten kennen und zu akzeptieren. Der Beratungsprozess fördert Achtsamkeit und Wertschätzung

untereinander. Dies fördert den Gemeinschaftssinn im familiären wie im gesellschaftlichen Rahmen. Sinnfragen werden gemeinsam beantwortet und haben unmittelbare Auswirkungen auf Purpose, Kultur und Nachhaltigkeit der Familienunternehmen.

Meine Coachings und Familienworkshops sowie die Peergroups für Unternehmertöchter finden regelmäßig das ganze Jahr über statt. Zusätzlich wird die Kundengruppe „Unternehmertöchter“ viermal im Jahr mit einem Newsletter über neueste Entwicklungen (individuell, wissenschaftlich, gesellschaftlich) informiert.

Ich erreiche damit im Jahr rund 250 Personen als LeserInnen und KundInnen.

Bei der Auswahl meiner Aufträge achte ich gezielt darauf, in welcher Branche meine Kunden tätig sind und dass sie keine gesellschaftlichen und ökologisch riskanten Geschäftsmodelle betreiben, die nicht mit meiner ethisch moralischen Grundhaltung übereinstimmen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

Negativ-Aspekt E1.3 Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Ich biete keine menschenunwürdigen Produkte an.

Verbesserungspotenziale:

-

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

E2.1 Steuern und Sozialabgaben

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Der betriebliche Gewinn aus meiner Tätigkeit unterliegt der Einkommensbesteuerung und erhöht meine Steuerzahlung signifikant. Subventionen oder staatliche Förderungen erhielt ich nicht.

Umsatz = 50.000 €

Nettoabgabenquote 30% (Zusammenveranlagung mit meinem Lebenspartner)

Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Pro-bono Beratung erfolgte im Berichtszeitraum geschätzt an maximal 2 Arbeitstagen im Jahr. Meine ehrenamtliches Engagement (siehe oben) beträgt ca. 10 % meines Arbeitseinsatzes.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

Negativ-Aspekt E2.3 Illegitime Steuervermeidung

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Es wurde keine illegalen Steuertricks angewandt.

Verbesserungspotenziale:

-

Negativ-Aspekt E2.4 Mangelnde Korruptionsprävention

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Es gibt keine Korruptionsversuche.

Verbesserungspotenziale:

-

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Mein Heimarbeitsplatz ist ein Schreibtisch in unserer Mietwohnung. Für die Altbauwohnung gibt es einen Energiepass (Endenergiebedarf 104.8 kWh(qma), Primärenergiebedarf 117.5 kWh(qma), Energieträger Erdgas). Die jährliche Nebenkostenabrechnung gibt Aufschluss über Verbräuche und hilft Reduktionsziele zu kontrollieren.

Wir beziehen Fernwärme und Ökostrom. Ansonsten bemühen wir uns den Abfall, insbesondere Plastikabfall zu reduzieren, indem wir eigene Taschen zum Einkauf mitnehmen

und auf Produktverpackungen, so weit machbar, verzichten. Mülltrennung ist selbstverständlich. Heizenergie und Wasser benutze ich sparsam, schon aus Kostengründen.

Meine Kunden empfangen mich in meinen Coachingräumen in Hamburg-Harburg, im TuTech-Haus. Dieses Haus ist auf Energiesparen ausgerichtet und ist eine der technologischen Innovationstreiber in Bezug auf Nachhaltigkeit in Hamburg.

Hamburgexterne Kunden besuche ich vor Ort in deren Meetingräumen, auf deren ökologische Auswirkungen ich keinen Einfluss habe. Bei eigenen Veranstaltungen achte ich bei der Auswahl insbesondere auf preisliche Angemessenheit kombiniert mit angenehmem Raumgefühl und gesundem Essen (siehe oben)

Es gibt keine besondere Erhebung von Umweltdaten bzw. entsprechende Veröffentlichungen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

E3.2 Relative Auswirkungen

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Siehe oben

Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

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

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Es wurde nicht gegen Umweltauflagen verstoßen.

Verbesserungspotenziale:

-

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

E4.1 Transparenz

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Für das Jahr 2018 wird erstmals ein Gemeinwohlbericht erstellt, fortan alle zwei Jahre.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Erstellung des Gemeinwohlberichts für den Zeitraum 2020.

E4.2: Gesellschaftliche Mitentscheidung

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Ich bin eine politisch engagierte Person und setze mich gerne mit verschiedenen Personen aus unterschiedlichen gesellschaftlichen Kreisen auseinander. Dies bezieht sich auf alle Themen des individuellen und gesellschaftlichen Lebens, jedoch nicht fokussiert auf meine Tätigkeit als Coach für Unternehmerfamilien.

Ich nehme unregelmäßig an Supervisionstreffen von Beratern teil, dort werden insbesondere individuelle Fälle auch vor dem Hintergrund unserer ethischen Haltung als systemische Berater besprochen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Es wurde nichts verheimlicht, verdeckt oder bewusst intransparent dargestellt.

Verbesserungspotenziale:

-

Ausblick

Kurzfristige Ziele

Mit der Erstellung des Gemeinwohlberichts will ich ein und gutes Beispiel für meine Kunden und potenziellen Kunden sein. In meinen Coachingprozessen wird vermehrt die Frage nach dem „Sinn“ des wirtschaftlichen Handelns gestellt. Insbesondere die nachfolgende Generation lässt sich vom Ziel der Gewinnmaximierung und/oder Vermögens- und Existenzsicherung der Senioren-Generation nicht leiten. Vor dem Hintergrund vielfältiger weltweiter ökologischer Herausforderungen will die nachfolgende Generation ihren Teil zum nachhaltigen Wirtschaften beitragen. Mein Ziel ist es, in den kommenden 1-2 Jahren 3 meiner bestehenden Kunden an das Thema Gemeinwohlökonomie heran zu führen.

Langfristige Ziele

Langfristig ist mein Ziel, als gemeinwohlorientierter Coach wahrgenommen zu werden und insbesondere an Nachhaltigkeit interessierte Unternehmerfamilien durch ihre Familienprozesse zu begleiten und sie zu einem neuen wirtschaftlichen Handeln zu inspirieren.

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

Als Ein-Personen-Unternehmen unterliege ich nicht der zitierten Berichtspflicht. Viele der Kriterien sind für eine Tätigkeit dieser Größenordnung nicht relevant (z.B. gibt es keine Mitarbeitenden). Meine Betätigungsart, nämlich eine Beratungsleistung zu erbringen, deren Mission insbesondere bei den Werten Menschenwürde, Solidarität und Gerechtigkeit und Transparenz und Mitemtscheidung das Wertesystem der GWÖ als Kompass versteht, legt nahe, dass viele GWÖ-Kriterien erfüllt sind. Eine Ausnahme liegt innerhalb der ökologischen Nachhaltigkeit, diesen Wert gilt es zukünftig weiter auszudifferenzieren.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Die vorliegende Gemeinwohl-Bilanz habe ich nach Abschluss des Lernwegs für GWÖ-BeraterInnen erstellt.

Ich habe den Bericht mit meinem Lebenspartnern, mit dem ich in Bürogemeinschaft (Heimarbeit) tätig bin, konsultiert: Mick Petersmann, Eppendorfer Weg 107, 20259 Hamburg.

Die Fertigstellung des Berichts erforderte ca. 5 Arbeitstage.

Susanne Dahncke, 09.03.2020