Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname: NAVISANA eG, ab 2019 GbR
Rechtsform: bis 2018 einschl. eingetragene Genossenschaft GnR Nr. 866
Eigentums- und Rechtsform:
Website: www.navisana.de
Branche: Gesundheitsmanagement
Firmensitz: Köln
Gesamtanzahl der Mitarbeitenden: 8
Vollzeitäquivalente: 3
Saison- oder Zeitarbeitende: 0
Umsatz: 130 000 €
Jahresüberschuss: 0 €
Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen: Keine
Berichtszeitraum: 2017/2018

Kurzpräsentation des Unternehmens

NAVISANA ist eine Genossenschaft mit mehreren Sparten. Die beiden wesentlichen Sparten sind: „Ihr Heilzentrum“ und „Für Unternehmen“. Andere Sparten, allerdings ohne nennenswerte Energie sind „Für Senioren“ und „Eltern und Kinder“.

In der Sparte „Ihr Heilzentrum“ liegt der Schwerpunkt der dort wirkenden Teammitglieder auf dem Feld der Gesundheitsvorbeugung/-erhaltung.

Die Tätigkeiten in der Sparte „Für Unternehmen“ beziehen sich hauptsächlich auf das Gebiet des Betrieblichen Gesundheitsmanagements. Mit dem Schwerpunkt auf die Systemprävention eröffnet sich der Raum für die Implementierung einer Kultur „Gesundes Unternehmen“.

Unter dem besonderen Aspekt der Selbstverantwortung aller Mitarbeitenden können sie das ihre dazu beitragen, gar nicht erst krank zu werden bzw. gesund zu bleiben. Die entsprechenden Angebote unter dem Schwerpunkt der Verhaltensprävention im Rahmen des Betrieblichen Gesundheitsmanagements entsprechen denjenigen der Sparte „Ihr Heilzentrum“.

Gegenstand der Genossenschaft ist die Erbringung von Unterstützungsdienstleistungen an ihre Mitglieder außerhalb deren im Gesundheitswesen liegenden Kernkompetenz. Hierzu kann die Genossenschaft Dienstleistungen jeglicher Art erbringen, wie die Organisation und Erbringung von Büroservice und IT-Dienstleistungen sowie die Bereitstellung von Praxis- und Büro- und Wohnräumen. Die Genossenschaft kann dazu Bauten in allen Rechts- und Nutzungsformen bewirtschaften, errichten, erwerben, und betreuen. Sie kann alle im Bereich der Wohnungswirtschaft, des Städtebaus und der Infrastruktur anfallenden Aufgaben übernehmen. Hierzu gehören Gemeinschaftsanlagen und Folgeeinrichtungen, Läden und Räume für Gewerbetreibende, soziale, wirtschaftliche und kulturelle Einrichtungen und Dienstleistungen.

Produkte / Dienstleistungen

Angebote in der Sparte „Ihr Heilzentrum“ sind u.a.: Entspannungstechniken (Autogenes Training und Progressive Muskelentspannung), verschiedene Formen von Yoga, Shiatsu-Massage, verschiedene Formen der Meditation. Heilpraktiker*innen für Psychotherapie bieten für Themen somatischer und psychischer Indikationen entsprechende Behandlungen an, z.B. Gesprächs-/Verhaltenstherapie, Systemische Aufstellungen, Traumatherapie (EMDR), Paar- und Familientherapie.

Angebote in der Sparte „Für Unternehmen“ betreffen hauptsächlich das Betriebliche Gesundheitsmanagment. In dem Segment des Betrieblichen Gesundheitsmanagements: „Systemprävention“ sind es vor allem Programme für eine Kultur: „Gesundes Unternehmen“. Ausgerichtet am Haus der Arbeitsfähigkeit (Konzept des Arbeitswissenschaftlers Juhani Illmarinen) umfassen sie:

- Gesundheit
- Kompetenz
- Werte
- Arbeit an sich

Im Segment des Betrieblichen Gesundheitsmanagements „Verhaltensprävention“ entsprechen die angebotenen Programme denjenigen der Sparte „Ihr Heilzentrum“.

Die beschriebenen Angebote in den Sparten „Ihr Heilzentrum“ und „Für Unternehmen“ tragen zu etwa 100 % zum Umsatz der Genossenschaft bei.

Im Jahr 2018 befand sich die Sparte „Für Unternehmen“ im Aufbau, so dass absehbar ist, dass im Jahr 2019 in dieser Sparte mit Kunden/Klienten gearbeitet werden kann.

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Hauptbezugspunkt ist, dass NAVISANA eine Genossenschaft ist. Leitsatz der Genossenschaft ist: Das Wir-Gefühl leben. Diesem Leitsatz fühlen sich seit 2012 Therapeuten, Gesundheitspraktiker und Berater, in ihrer Eigenschaft als Freiberufler und sonstig Selbstständige, verbunden. Diese Verbundenheit mündete zu Beginn von 2016 dazu, dass NAVISANA eingetragene Genossenschaft wurde.

Auch wenn die Genossenschaft in ihrer Rechtsform nicht per se dazu verpflichtet ist, gemeinnützig zu handeln, hatten sich die Teammitglieder bei der Gründung darauf verständigt, Gewinne hauptsächlich für weitere Investitionen zu nutzen. Lediglich die investierenden Mitglieder sollten, wie in der Satzung vorgesehen eine 4 %ige Verzinsung für ihre Einlage erhalten. Darüber hinaus gehende Gewinnanteile waren vorgesehen, dass sie in (eigen gegründete) Fonds der Humanität eingebracht werden. (Präambel der Satzung). Weitere Gewinnausschüttungen waren und sind nicht vorgesehen.

Wichtigster Bezug zur Gemeinwohlökonomie der im NAVISANA Beschäftigten ist die (erklärte) Einstellung, dass bei der Ausübung der Heiltätigkeiten die Klient*innen im Vordergrund stehen und danach die Erzielung von Einkommen.

Angebote sind für alle Klient*innen erschwinglich. Es gibt festgelegte Honorarsätze. Diese werden auf die persönliche, finanzielle Situation der Klient*innen angepasst.
Zahlreiche Angebote im NAVISANA werden kostenlos angeboten.

Kontaktperson im Unternehmen für die GWÖ ist Klaus Otto, Mitglied seit 2017 (klaus.otto@ecogood.org)

Kontaktdaten privat:
Waldstr. 36 A
50226 Frechen
Telefon: +49 2234 20024 29

Kontaktdaten betrieblich:
Emil-Schreiterer-Platz 7
50858 Köln
Telefon: +49 2234 60 18 03
Mobil: +49 178 24 82 629
k.otto@navisana.com

Bezug von Klaus Otto zur GWÖ vor Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz:

- Mitwirkung und Kassenprüfung bei der Wesselinger Tafel
- Mitwirkung im Verein Miteinander-Füreinander mit der Zielgruppe behinderter Menschen
- Mitwirkung und Kassenprüfung im Verein „Lichtblick“, Verein zur Förderung arbeitsloser Menschen
- Mitglied bei den Naturfreunden
- Mitarbeit im Netzwerk Achtsame Wirtschaft (NAW) in Köln
- Mitglied bei der GWÖ seit 2017

GEMEINWOHL ÖKONOMIE Ein Wirtschaftsmodell mit Zukunft

TESTAT: AUDIT

VOLLBILANZ

Gemeinwohl-Bilanz: 2016

für: Navisana

Auditor*in: Gitta Walchner

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

Testat gültig bis: 30.04.2021

BILANZSUMME 316

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

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen
Welche Produkte/Dienstleistungen werden zugekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferant*innen ausgesucht?

1. Räume - Praxis, Miete, seit Juli 2012
2. Versicherung
3. Flyer, Grafikgestaltungen (innerhalb AVK)
4. IT
5. Steuerberatung/Fibu (Finanzbuchhaltung)
6. Angebotserweiterung (Ayurveda, Kundalini Yoga, Mantrasingen, Klangschalenmeditation u.a.m.)
7. Energie

Zu 1)
Anforderungen für Miete/Praxis: Zentral und ruhig. Haltestellen in der Nähe des öffentlichen Nahverkehrs. Großer Raum, ca. 40 qm, mehrere Praxis-/Gruppenräume. Ebenerdig. Ethischer Vormieter.
Vermieterehepaar aus Italien, Neapel, beide ca. 70 Jahre alt. Erfahrungen innerhalb von 6 Jahren Miete: Mieterorientierung, hilfsbereit, freundlich. Praxis entspricht ganz unseren Erwartungen. Ethischer Vormieter, Steuerberater, gemäß Aussagen der Nachbarn.
Anforderungen für Veranstaltungen: Muss zur Zielgruppe passen. Muss sowohl was die Lage als auch die Erreichbarkeit angeht optimal sein.

Zu 2)
AXA Versicherung (Betriebshaftpflichtversicherung). Gute Erfahrungen aus privatem Bereich. Somit zwangsläufige Inanspruchnahme bei Gründung der Genossenschaft.

Zu 3)
Flyer, Grafikgestaltung (Stempel, Visitenkarten usw.). 1. Grafikerin kam aus dem Freundeskreis, beste Kenntnis der Beleumdung. Aufgrund der Aufgabe des Geschäfts Empfehlung von Anita Zoder aus Österreich, die bis heute unser grafisches Geschäft besorgt. Übernahme aller Indesign Dateien der Vorgängerin und somit Fortführung des Geschäfts, wie vorher.

Zu 4)
Empfehlung aus dem Freundeskreis. Selbständige Webdesignerin, Programmiererin und Host aus Luchtenberg in Oberösterreich. Sie arbeitet hauptsächlich für KMU Kunden aus dem österreichischen Raum. Bei Kontaktnahme Anfang 2014 sofortige Sympathie, die bis jetzt getragen hat. Von daher sind wir froh, dass sie uns „deutsche“ Kunden mit in ihre Betreuung mit aufgenommen hat.

Der Internetprovider 1&1 steht für zertifizierte, ökologisch und sozial nachhaltige Angebote. (Soweit aus der Internetrecherche erkennbar).

Zu 5)
Nachdem sich langjähriger Steuerberater zur Ruhe gesetzt hat, vorübergehend Zusammenarbeit mit einer Steuerberatungsgesellschaft „Adcura“, Kontaktnahme nach Empfehlung einer ehemaligen NAVISANA-Mitarbeiterin. Aufgrund von Irritationen, die den Bestand der Genossenschaft gefährdeten, Wechsel in 2018 zu einem neuen Steuerberater. Die Geschäftsbeziehung besteht bis heute.

Bezüglich Adcura, die zur ETL Gruppe gehört, im Hinblick auf den Betrachtungszeitraum 2016 – 2017: Die ETL-Gruppe ist eine international operierende Unternehmensgruppe mit den Schwerpunkten Steuer- und Rechtsberatung, Wirtschaftsprüfung und Unternehmensberatung. Bundesweit ist sie Marktführer im Bereich Steuerberatung und gehört mit einem Umsatz von über 900 Mio zu den Größten. Obwohl verschiedene Adcura Sozietäten auch Genossenschaften betreut haben, traf das nicht für die Adcura in Köln zu. Wir gingen davon aus, dass uns das Renommèe von ETL zugutekommen würde. Was sich später leider als Fehleinschätzung erwies.

Zu 6)
Angebotserweiterungen für Leistungen, die im NAVISANA nachgefragt, aber selbst nicht angeboten werden, z.B. Qigong-Karina Bernd, OM-Meditation-Kim Mayer, HerzenSingen-Madhuri und Abhijat. Auswahl aufgrund der Referenzen bzw. guter Beleumdung allein schon wegen des Bekanntheitsgrades.

Zu 7)
Energieunternehmen Rheinenergie für Strom und Wasser sowie die Gasversorgungsgesellschaft Rhein-Erft sind die Platzhirsche. Ausschlaggebend für die Auswahl war die Versorgungssicherheit. Im Grunde auch die Fortsetzung der Geschäftsbeziehung im privaten Bereich, übertragen auf die Genossenschaft.

Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette evaluiert?
Alle Zulieferer arbeiten freiwillig in ihrem Metier. Die Gefahr, dass bei ihnen die Menschenwürde für ihre Person als solches bzw. durch evtl. Ausnutzen ihrer Arbeitskraft verletzt wird, besteht nicht.

Wie wird auf Lieferant*innen eingewirkt, um die Menschenwürde gegenüber ihren Berührungsgruppen stärker zu leben?
Dieses Bemühen benötigt es nicht, da alle unsere Lieferant*innen dieses für sich selbst in selbstverantwortlicher Art und Weise bereits tun.

Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?
Für den hier zu betrachtenden Bereich nicht relevant. Die Bewährung ergibt sich im Prozess.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der zugekauften Produkte/Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen in Tabellenform

Siehe Anlage 1 – Kostenplanung NAVISANA

Gesamt-kosten	Miete 1	Versicherung 2	Allgemeine Verwalt.kost 3	IT 4	Steuer/ Fibu 5	Angebots-erweiterung 6	Energie 7
100 %	58 %	0,5 %	9,5 %	5 %	16 %	2 %	9 %
29 400	17 100	200	2 850	1 400	4 600	650	2 620

- Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden.

100 %

Bewertungsstufe: Vorbildlich

Die Lieferant*innen pflegen eine die Menschenwürde fördernde Arbeitsplatzpolitik (siehe C 1)

1. Räume – Praxis
Vermieter unterhalten Hotel in Kölner Innenstadt, First DOMizil. Bewertung, 4,1 von 5. Davon in etwa die Mitarbeiterzufriedenheit ablesbar. Ansonsten keine Mitarbeiter*innen.

2. Versicherung
AXA Versicherung im Tarifverbund mit der Dienstleistungsgewerkschaft Ver di. Abschluss von Tarifverträgen. Betriebsratsstruktur: Konzern-, Gesamt-, Lokalbetriebsräte

3. Flyer, Grafikgestaltungen (innerhalb AVK)
Keine eigenen Mitarbeiter*innen

4. IT
Daniela Stöckl, keine eigenen Mitarbeiter*innen.
1 und 1 nicht tarifgebunden und ohne Betriebsräte

5. Steuerberatung/Fibu (Finanzbuchhaltung)
Adcura. Gutes Betriebsklima, nach Aussage von angestellten Steuerberatern und „gute“ Bezahlung.
Neuer Steuerberater: 2 eigene Mitarbeiter*innen mit ausgezeichneter Beleumundung für ihren Arbeitgeber

6. Angebotserweiterung (Ayurveda, Kundalini Yoga, Mantrasingen, Klangschalenmeditation u.a.m.)
Alle keine eigenen Mitarbeiter*innen

7. Energie
Rheinenergie und GVG gelten als sehr soziale Unternehmen. In beiden Unternehmen gibt es Tarifverträge mit Ver di und ein Betriebsrätesystem, das statt auf Konfrontation auf Co-Management ausgerichtet ist.

Die Lieferant*innen verfolgen selbst eine an der Menschenwürde orientierte Beschaffung (siehe A 1)

1. Räume - Praxis
Beschaffungen von Dienstleistungen beziehen sich auf Handwerkerleistungen, hauptsächlich mit bekannten Handwerkern aus Köln. Ausnahme Leistungen im Rahmen von Nachbarschaftshilfen, was schon mal zu Gradwanderungen der Beurteilung führen kann.

2. Versicherung
Beschaffungswesen der AXA nicht transparent. Internetrecherche ergab nichts negativ Auffallendes.

3. Flyer, Grafiken
Anita Zoder bezieht Zulieferungen aus Geschäften des Umlandes

4. IT
Daniela Stöckl bezieht Zulieferungen aus Geschäften des Umlandes.
Beschaffungswesen für 1 und 1 nicht transparent. Internetrecherche ergab nichts negativ Auffallendes.

5. Steuerberatung
Adcura gehört zur ETL Gruppe und bezieht auch die Materialien über den Verbund.
Der neue Steuerberater bezieht Zulieferungen aus Geschäften des Umlandes.

6. Angebotserweiterungen
Karina Bernd, Kim Mayer, Madhuri und Abhijat beziehen Zulieferungen aus Geschäften des Umlandes

7. Energie
Beschaffungswesen von Rheinenergie und Gasversorgungsgesellschaft nicht transparent. Internetrecherche ergab nichts negativ Auffallendes.

Die Lieferant*innen verfügen über eine ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln und mit Kund*innen (siehe B 1 und D 1) und tragen durch die gesellschaftliche Wirkung ihrer Produkte und Dienstleistungen (siehe E 1) zum Gemeinwohl bei.

1. Räume - Praxis
Insgesamt unauffälliges Verhalten, soweit einsehbar. Gegenüber uns als Kunden vorbildliches Verhalten.

2. Versicherung
Ethischer Umgang mit Geldmitteln der AXA nicht transparent. Internetrecherche ergab zumindest Probleme in der Vergangenheit mit Geldwäschen. Beitrag zum Gemeinwohl zumindest fraglich

3. Flyer, Grafiken
Anita Zoder. Insgesamt unauffälliges Verhalten, soweit einsehbar. Gegenüber uns als Kunden vorbildliches Verhalten.

4. IT
Daniela Stöckl. Insgesamt unauffälliges Verhalten, soweit einsehbar. Gegenüber uns als Kunden vorbildliches Verhalten.
Ethischer Umgang mit Geldmittel für 1 und 1 nicht transparent. Internetrecherche ergab nichts negativ Auffallendes.

5. Steuerberatung
Adcura in der ETL Gruppe. Insgesamt unauffälliges Verhalten, soweit einsehbar. Im Jahre 2008 wurde die ETL-Stiftung „Kinderträume“ gegründet. Seither wurden deutschlandweit insbesondere bedürftige und kranke Kinder und Jugendliche in über 200 Hilfsprojekten unterstützt. Darüber hinaus ist die ETL-Gruppe über einen vom Beratungsgeschäft separierten Unternehmenszweig in der Förderung des Breiten- und Leistungssports tätig. Ethisch bedenklich ist eher der Umgang mit uns, als es Probleme mit dem Umgang einer schwierigen Finanzsituation gab.
Der neue Steuerberater. Einwandfreier Umgang mit Geldmitteln und korrekter Umgang mit uns als Mandanten.

6. Angebotserweiterungen
Karina Bernd, Kim Mayer, Madhuri und Abhijat beziehen Zulieferungen aus Geschäften des Umlandes

7. Energie
Beschaffungswesen von Rheinenergie und Gasversorgungsgesellschaft nicht transparent. Internetrecherche ergab nichts negativ Auffallendes.

A1.2 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

- **Welche Bereiche der Zulieferkette weisen eine besondere Gefährdung der Menschenwürde auf?**

Keine

- **Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren und zu vermeiden?**

Keine Maßnahmen erforderlich

Verpflichtender Indikator
Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch riskant bzw. ethisch unbedenklich sind.
97 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Wechsel vom Versicherer AXA zu einem ethisch besser beleumundeten Versicherer.
Klärung der Situation von 1 und 1 was den Umgang mit Mitarbeiter*innen angeht.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen

Berichtsfragen

Wie wird für faire und solidarische Geschäftsbeziehungen mit direkten Lieferant*innen gesorgt, insbesondere durch Ausgestaltung der Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen sowie im operativen Tagesgeschäft?

1. Räume - Praxis
Staffelmiete seit Beginn des Mietvertrags, der bis jetzt nicht zum Trage kam = dieselbe Miete, wie seit Anbeginn. Wohlgefühl für alle Beteiligten

2. Versicherung
AXA: Maßgebend ist die Preisliste der Versicherung.

3. Flyer, Grafiken
Anita Zoder. Win-Win Verhandlungen, Wohlgefühl für alle Beteiligten

4. IT
Daniela Stöckl. Win-Win Verhandlungen, Wohlgefühl für alle Beteiligten
1und1: Maßgebend ist die Preisliste

5. Steuerberatung
Vorgegebener Rahmen: Gebührenordnung für Steuerberater.

6. Angebotserweiterungen
Karina Bernd, Kim Mayer, Madhuri und Abhijat: Win-Win Verhandlungen, Wohlgefühl für alle Beteiligten

7. Energie
Tarife der Anbieter Rheinenergie und GVG mit Wahlmöglichkeit effizienter Angebote.

Wie zufrieden sind die Lieferant*innen mit den Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen?
1. Räume - Praxis
Zufrieden

2. Versicherung
Zufrieden

3. Flyer, Grafiken
Zufrieden

4. IT
Daniela Stöckl. Zufrieden
1und1: Zufrieden

5. Steuerberatung
Zufrieden

6. Angebotserweiterungen
Karina Bernd, Kim Mayer, Madhuri und Abhijat: Zufrieden

7. Energie
Zufrieden

Mit welchen Maßnahmen wird dazu beigetragen, dass die Lieferant*innen über einen fairen Anteil an der Wertschöpfung verfügen?
Langjährige vertrauensvolle Geschäftsbeziehungen. Gutes Bauchgefühl auf allen Seiten. Umgehende Bezahlung, ohne Rechnungskürzung.

Verpflichtende Indikatoren

- **Durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehung zu Lieferant*innen**

NAVISANA besteht jetzt seit 6 Jahren

1. Räume - Praxis
Von Anbeginn

2. Versicherung
Von Anbeginn

3. Flyer, Grafiken
5 Jahre Desiree Ogaj, 1 Jahr Anita Zoder

4. IT
Daniela Stöckl: Von Anbeginn
1 und 1: Von Anbeginn

5. Steuerberatung
Bis 2015 – Steuersachverständiger Dickopf
2016 – 2018 – Adcura
Mitte 2018 bis heute – Der neue Steuerberater

6. Angebotserweiterungen
Karina Bernd. 3 Jahre, Kim Mayer: 1 Jahr, Madhuri und Abhijat: Von Anbeginn

7. Energie
Von Anbeginn

- **Geschätztes Verhältnis des Anteils an der Wertschöpfung zwischen Unternehmen und Lieferant*innen**

Wertschöpfung entsteht vor allem durch die Arbeit mit Klienten. 99 %.
Angebotserweiterungen, ergänzen den Teil der Wertschöpfung. Sie machen ca. 1 %.

Bewertungsstufe: vorbildlich

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

Welche Strategien verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereiches entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?
Abstimmgespräche

Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?
Nicht relevant. Beteiligte Unternehmen haben auch kein Interesse für einen entsprechenden Umgang.

Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?
Nicht relevant. Vertrauensverhältnis zu direkten Lieferanten der speziellen Dienstleistungen. Vorgegebene Bedingungen bei den Unternehmen mit öffentlichen Leistungen. Keine Marktmacht für Einflussnahmen.

Verpflichtende Indikatoren

- **Anteil der eingekauften Produkte, Dienstleistungen und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt**
  0 %

- **Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurde.**
  Direkte Lieferanten mit speziellen Dienstleistungen = 100 %
  Öffentliche Leistungen = 0 %

Bewertungsstufe: Erfahren

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

Berichtsfragen

- **Inwiefern besitzt das Unternehmen Marktmacht gegenüber Lieferant*innen, und wie wird sie eingesetzt?**
  Nicht relevant, da ohne entsprechende Marktmacht

- **Hat das Unternehmen Hinweise darauf, dass seine Lieferant*innen unter seiner Marktmacht, insbesondere hinsichtlich Zahlungs- und Lieferbedingungen, leiden?**
  Nicht relevant, da ohne entsprechende Marktmacht

- **Welche Beschwerden bzw. negative Berichterstattung gab es im letzten Jahr diesbezüglich?**
  Nicht relevant, da ohne entsprechende Marktmacht

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

Welche und wie viele Rohstoffe und Materialien werden in der Produktion aufgewendet?
Eigentlich nicht relevant, da ohne Produktion. Im übertragenden Sinn werden im Dienstleistungsbetrieb Material, z.B. Büromaterial und Energien, z.B. Gas, Strom und Wasser eingesetzt. Der Einsatz dafür beträgt ca. 3 000 €

Welche Arten von Energie und Material und welche Technologien werden in der Produktion eingesetzt?
Siehe vorhergehende Berichtsfrage, Technologien spielen keine Rolle

Nach welchen Kriterien werden Rohwaren, Produkte, Dienstleistungen ausgewählt?
Kauf von ökologisch nachhaltigen Produkten, z.B. bei der Renovierung von Räumen, nicht das Billigste sondern das nachhaltig Beste.
Weitere Kriterien:
Büromaterial - 1. Preis, 2. Ökologische Nachhaltigkeit
Strom – 1. Sicherheit, 2. Preis (Stadtwerke subventionieren Verkehrsunternehmen Kölner Verkehrsbetriebe)
Gas – 1. Sicherheit, 2. Preis (GVG = Monopolanbieter in Region)

Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?
Feedbackgespräche unter Teammitgliedern

Welche schädlichen Umweltauswirkungen gibt es in der Zulieferkette bzw. bei zugekauften Produkten?
Nicht relevant

Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen berücksichtigt?
Blauer Engel und Ecolabel bei Farben und Lacken
Demeter, Bioland bei Lebensmitteln

Durch welche Maßnahmen wird eine Reduktion der Umweltauswirkungen bei den direkten Lieferant*innen und in der gesamten Zulieferkette erreicht?
Nicht relevant, da ohne Marktmacht

Welche Unterschiede gibt es zum Mitbewerb hinsichtlich ökologischem Einkauf?
Nicht relevant, da ohne tiefe Kenntnis des Mitbewerbs

Verpflichtende Indikatoren

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

Lebensmittel: 30 % Demeter und Bioland
Farben und Lacke: 100 % Blauer Engel

- **Anteil der Lieferant*innen, die zur Reduktion ökologischer Auswirkungen beitragen**

Direkte Lieferanten mit speziellen Angeboten = redundant, weil Dienstleistungen
Rheinenergie = Energiemix aus Kohle, Atom und erneuerbaren Energien
GVG = Gas, kein Einsatz sonstig fossiler Brennstoffe
80 zu 20 % (20 % = Rheinenergie)

Bewertungsstufe: erfahren

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

Berichtsfragen

- **Welche Lieferant*innen bzw. Produkte der Zulieferkette weisen besonders hohe schädliche Umweltauswirkungen auf?**
  Rheinenergie = Energiemix

- **Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren?**
  Aufgrund der Energiewende zunehmend Substitution fossiler Brennstoffe und Atomenergie mit erneuerbaren Energien

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die mit unverhältnismäßig hohen Umweltauswirkungen einhergehen
  Keine

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen

Berichtsfragen
Welche Informationen werden in welchem Umfang Lieferant*innen zur Verfügung gestellt?

1. Räume - Praxis
Kontaktanrufe zur Aufrechterhaltung der Beziehung (Beziehung vor Sache)

2. Versicherung
Informationen gemäß Nachfrage

3. Flyer, Grafiken
Neue Entwicklungen werden aufgezeigt. Veränderungen innerhalb des Teams, des Unternehmens, damit Anita Zoder sich bei konkreten Aufträgen besser orientieren kann.

4. IT
Neue Entwicklungen werden aufgezeigt. Veränderungen innerhalb des Teams, des Unternehmens, damit Daniela Stoeckl sich bei konkreten Aufträgen besser orientieren kann.
1und1:Informationen gemäß Nachfrage

5. Steuerberatung
Neue Entwicklungen werden aufgezeigt. Veränderungen innerhalb des Teams, des Unternehmens, damit der Steuerberater sich bei konkreten Aufgabenstellungen besser orientieren kann.

6. Angebotserweiterungen
Karina Bernd, Kim Mayer, Madhuri und Abhijat: Win-Win sind quasi in Prozesse mit eingebunden, permanenter und vertrauensvoller Informationsaustausch

7. Energie
Rheinenergie und GVG. Informationen gemäß Nachfrage

Wie und in welchem Umfang wird Lieferant*innen in relevanten Situationen und Bereichen Mitbestimmung ermöglicht?

1. Räume - Praxis
Ohne Absprache wäre geordnetes Arbeiten gar nicht möglich. Z.B. Aufstellung eines Lichtdisplays im Garten, Anfrage, ob das möglich ist. Mitbestimmung bei Bepflanzung im Garten usw.

2. Versicherung
AXA: Ohne Relevanz

3. Flyer, Grafiken
Anita Zoder: Mitbestimmung nur sehr eingeschränkt relevant. Mitbestimmung bei Webvorhaben in Bezug auf Design und technische Lösungen

4. IT
Daniela Stöckl: Indirekte Mitbestimmung durch Vorschläge für Portfolio-Erweiterungen. Dankbarkeit für Vorschläge für Felder der Verbesserung
1und1: Ohne Relevanz

5. Steuerberatung
Steuerberater: Mitbestimmung weil Expertenwissen. Steuerberater kennt sich, was die Struktur der Finanzen angeht, teilweise besser aus als Teammitglieder

6. Angebotserweiterungen
Indirekte Mitbestimmung durch Vorschläge für Portfolio-Erweiterungen. Dankbarkeit für Vorschläge für Felder der Verbesserung

7. Energie
Rheinenergie und GVG. Ohne Relevanz

Bewertungsstufe: vorbildlich

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

Berichtsfragen
Welche Strategie verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereiches entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander gewährleisten?
1. Räume - Praxis
Ohne Relevanz

2. Versicherung
AXA: Ohne Relevanz

3. Flyer, Grafiken
Anita Zoder: Da zu 95 % persönliche Dienstleistung ohne Zulieferung ohne Relevanz

4. IT
Daniela Stöckl: Da zu 95 % persönliche Dienstleistung ohne Zulieferung ohne Relevanz
1und1: Ohne Relevanz

5. Steuerberatung
Steuerberater: Da zu 95 % persönliche Dienstleistung ohne Zulieferung ohne Relevanz

6. Angebotserweiterungen
100 % Lieferung ohne vorherige Zulieferung

7. Energie
Rheinenergie und GVG. Ohne Relevanz

Mit welchen Maßnahmen fördert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander?
1. Räume - Praxis
Ohne Relevanz

2. Versicherung
AXA: Ohne Relevanz

3. Flyer, Grafiken
Anita Zoder: Da zu 95 % persönliche Dienstleistung ohne Zulieferung ohne Relevanz

4. IT
Daniela Stöckl: Da zu 95 % persönliche Dienstleistung ohne Zulieferung ohne Relevanz
1und1: Ohne Relevanz

5. Steuerberatung
Steuerberater: Da zu 95 % persönliche Dienstleistung ohne Zulieferung ohne Relevanz

6. Angebotserweiterungen
100 % Lieferung ohne vorherige Zulieferung

7. Energie
Rheinenergie und GVG. Ohne Relevanz

Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?
Im Hinblick auf alle Lieferanten ohne Relevanz

Verpflichtende Indikatoren

- **Anteil der eingekauften Produkte, Dienstleistungen und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt**
  30 % Demeter und Bioland, Anteil an Lebensmitteln
  100 % Blauer Engel, Farben und Lacke

- **Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden?**

  Ohne Relevanz

Bewertungsstufe: vorbildlich (realistisch unter den besonderen Gegebenheiten unseres Unternehmens)

Basislinie (wenn man die Buchstaben der Bewertungsstufen zugrunde legt, wo mehr realistischerweise niemals erreicht werden kann)

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

Berichtsfragen

Wie kann eine ausreichende Risikodeckung durch Eigenkapital gesichert werden?
Genossenschaftsmitglieder zeichnen Mitgliedsanteile

Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden in Betracht gezogen?
Gewinnen von investierenden Mitgliedern (Arbeiten nicht mit, aber geben Geld) = 2 Mitglieder

Verpflichtende Indikatoren

- **Eigenkapitalanteil**
  100 %

- **Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche**
  Nicht bekannt

Bewertungsstufe: vorbildlich

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

Berichtsfragen

Welche Form und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/oder über Ethikbanken können umgesetzt werden bzw. sind relevant?
Nicht relevant, da 100ige Eigenfinanzierung. Keine Aufnahme von Fremdkapital!

Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken konkret verringert werden?
Nicht relevant, da 100ige Eigenfinanzierung

Verpflichtende Indikatoren

Fremdkapitalanteil (% - Anteil Fremdkapital)
0 %
Finanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart (in Tsd. EUR)
100 % Eigenkapital

Bewertungsstufe: vorbildlich

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen

Berichtsfragen

Welche Finanzpartner*innen hat das Unternehmen?
Genossenschaftsmitglieder, Kreissparkasse Köln, AXA Versicherung

Wie sind die Finanzpartner*innen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten?
Positiv – Genossenschaftsmitglieder,
Positiv - Kreissparkasse = Körperschaft des öffentlichen Rechts,
Kritisch: AXA Versicherung für Betriebshaftpflicht

Verpflichtende Indikatoren

Bis zu drei wesentliche Finanzparter*innen; jeweils Partnerinstitut, Finanzprodukt und Geschäftsumfang (Jahresvolumen)
2 investierende Mitglieder, ca. 40 % des Eigenkapitals
Kreissparkasse Köln, darüber Abwicklung aller Finanzgeschäfte. Mit dabei ein Kontokorrentkredit, der so gut, wie nie in Anspruch genommen wurde.
AXA Versicherung, Betriebshaftpflicht für 180 € im Jahr

Bewertungsstufe: erfahren

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Finden eines neuen Anbieters für die Betriebshaftpflicht, die von einem Gemeinwohl-Versicherer angeboten wird.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

Berichtsfragen

Welche notwendigen Zukunftsausgaben konnten ermittelt werden, und wie weit sind ihre Deckung und zusätzliche Risikovorsorge möglich?
Zukauf oder Miete neuer/größerer Räumlichkeiten, Eigenmittel bzw. Inanspruchnahme der Kapitalien von investierenden Mitgliedern

Welche Ansprüche stellen die Eigentümer*innen an ihre Kapitalerträge mit welcher Begründung?
Investierende Mitglieder = 4 % der Einlage bei vorhandenem Gewinn = Genossenschaftsgesetz

Verpflichtende Indikatoren

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit (in Tsd. EUR)
2016 = Fehlbetrag in Höhe von 21 000 €
2017 = Fehlbetrag in Höhe von 8 000 € (Verringerung des Fehlbetrages des Vorjahres in Höhe von 13 000 €)
2018 = schwarze Null (Liquidation der Genossenschaft zum Ende des Jahres)

Die Bezeichnung „Fehlbetrag“ ist interpretationsfähig. Wie sich mit dem neuen Steuerberater herausstellte, hätte statt „Fehlbetrag“ auch der Begriff „Verbindlichkeiten“ gewählt werden können. Denn die Genossenschaft hatte zu keiner Zeit Verbindlichkeiten gegenüber Dritten, lediglich gegenüber der GbR von Sabine und Klaus Zu allen Zeiten wurden alle Rechnungen bezahlt. Wenn die Genossenschaft nicht liquide war, sprang die GbR von Sabine und Klaus ein. D.h. am Ende des Geschäftsjahres 2016 bestand somit eine Verbindlichkeit der Genossenschaft gegenüber der GbR in Höhe von 21 000 €, am Ende des Geschäftsjahres 2017 in Höhe von 8 000 €.

Gesamtbedarf Zukunftsausgaben (in Tsd. EUR)
200 000 € Euro
Getätigter strategischer Aufwand (in Tsd. EUR)
Keine Anlageinvestition
Anlagenzugänge (in Tsd. EUR)
Nicht relevant
Zuführung zur Rücklage (in Tsd. EUR)
Da Jahresfehlbetrag, da heraus keine Rücklage. Allerdings freiwillige Leistungen der Teammitglieder, ca. 3 500 €
Auszuschüttende Kapitalerträge (in Tsd. EUR, in % vom Stamm- oder Grundkapital)
Keine

Bewertungsstufe: vorbildlich

Negativ-Aspekt B2.2 Unfaire Verteilung von Geldmittel

Berichtsfragen

Aus welchem Grund wird/wurde ein Standort trotz Gewinnlage verlagert oder geschlossen

Nicht relevant

Aus welchem Grund werden im Unternehmen trotz stabiler Gewinne Arbeitsplätze abgebaut

Nicht relevant

Aus welchem Grund werden zweistellige Renditen als Kapitalerträge an nicht im Unternehmen tätige Gesellschafter*innen ausbezahlt?

Nicht relevant

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen

Berichtsfragen

Welche Sanierungsziele an/in der eigenen Anlage haben ökologisches Verbesserungspotenzial?
Neues Domizil → Realisierung ökologischer Faktoren, z.B. Solaranlage, Blockheizkraftwerk, Berieselungsanlage
Altes Domizil → Miete, Bedingungen sind vorgegeben: Gasheizung und Warmwasser, Strom von Rheinenergie.

Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt, und welche Förderprogramme können genutzt werden?
Nicht relevant

Wie wird bei Investititonsentscheidungen das Berücksichtigen ökologischer und sozialer Aspekte gesichert?
Bei IT Anlagen z.B. schauen auf Energieverbrauch. Streichen mit gesundheitsfreundlicher, schadstofffreier Farbe.

Welche Sanierungen wurden/werden konkret vorgenommen?
Raumrenovierungen (Streichen der Wände + Verlegen von Teppichboden = Blauer Engel)

Verpflichtende Indikatoren

Investitionsplan inkl. des ökologischen Sanierungsbedarfs (in Tsd. EUR)
Heizungstherme 20 Jahre alt. Einhaltung aller Emissionsvorschriften. Bei Investition einer neuen Therme Mitwirkung zur Auswahl einer Therme mit bester Effizienz gemäß der Energielabel Richtlinie.

Leuchtmittelersatz nach strenger Selektion ökologischer Angebote

Realisierung der ökologischen Sanierung (in Tsd. EUR und % Angaben)
2017 Raumrenovierung 1000 €, 2 %, gemessen an Gesamtkosten

Bewertungsstufe: vorbildlich

B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung

Berichtsfragen

- **In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an solidarischen Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?**
  Nicht relevant

- **Woher werden Informationen über die erwarteten sozial-ökologischen Wirkungen der Projekte oder angebotenen Nachhaltigkeitsfonds bezogen?**

  GLS Bank, Report erneuerbare Energien, Umweltschutzministerium, Umweltbundesamt/Berlin

Verpflichtende Indikatoren

- **Finanzierte Projekte (in Tsd. EUR, % von Veranlagung)**
  Keine

- **Fonds-Veranlagungen (in Tsd. EUR, % Veranlagung)**
  Keine

Bewertungsstufe: Basislinie

Negativ-Aspekt B3.3 Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Berichtsfragen
Welche ökologisch bedenklichen Ressourcen werden für das Geschäftsmodell eingesetzt
Keine

Welche Maßnahmen zur Reduktion entsprechender Abhängigkeit wurden geplant oder sind in Umsetzung, und welche Wirkung wird damit erreicht?
Keine

Was bedeutet ein Ausstieg aus fossilen Energieträgern für das Unternehmen?
Strombezug aus Energiemix der Rheinenergie. Zug um Zug ersetzt das Unternehmen Strom aus der Erzeugung fossiler Brennstoffe durch erneuerbare Energien, also auf Sicht positiv. Bezug von Erdgas von der Rheinenergie. Eine Alternative ist zurzeit leider noch nicht einsetzbar.

B4 Eigentum und Mitentscheidung

B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

Berichtsfragen

Wer sind die Eigentümer*innen, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?

Eigentümer sind die Genossenschaftsmitglieder über ihre(n) Genossenschaftsanteil(e). Rechte der Mitbestimmung, Pflichten der Haftung – Tragen der Verantwortung für eigenes unternehmerisches Handeln/Therapeutisches Handeln auf eigene Verantwortung

Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?

Klausuren, Strategiesitzungen zur Mitentscheidung. Genossenschaftsanteile = unmittelbare Eigentumsanteile

Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer*innen gesichert, und wie werden neue Eigentümer auf diese Aufgaben vorbereitet?

Verabschiedung von Programmen und Vorhaben bei den besagten Klausuren und Strategiesitzungen. Beauftragung von Umsetzungen an Vorstände. Ständiger Feedbackprozess. Wichtiges Instrument der Berichterstattung = Protokoll. Erarbeiten einer Dokumentation mit allen relevanten Daten der Planung, Organisation, Umsetzung und des Controllings. Instrument der Information für neue Eigentümer.

Wie wird das Erweitern und Verbreitern der Eigentümer*innenstruktur gefördert?

Vorstände führen Bewerbergespräche und schauen vor allem auf die Chemie der Bewerber – passen sie zu den Zielen, der Kultur der Genossenschaft? Passen Sie menschlich zu den Mitgliedern? Fördern sie den Genossenschaftsgedanken? Wenn ja, Aufnahme durch Teamentscheidung. Wenn nein, dann Ablehnung durch Team-entscheidung.

Wie hat sich die Eigentümer'innenstruktur in den letzten Jahren entwickelt, und wie wird die Veränderung abgesichert?

Start 2012, noch nicht als Genossenschaft als Gesellschaftsform, aber mit entsprechender ideeler Veranlagung. Zu Beginn, hohe Fluktuation der Teammitglieder, allerdings ohne Nachhaltigkeit. 2016 dann, Kernteam durch Zeichnung von Genossenschaftsanteilen. Absicherung durch Genossenschaftsanteil und tätiger Mitarbeit im Team.

Verpflichtende Indikatoren

Verteilung des Eigenkapitals: (Eigenkapitalstruktur in %, jeweils von 0 bis 100 %)

2 Vorstände = jeweils 3 500 €	7 000 €
1 Bevollmächtige = 2 500 €	2 500 €
4 Summe Teammitglieder	2 500 €
2 Investierende Mitglieder	11 000 €
Summe	23 000 €

Bewertungsstufe: vorbildlich

Felder der Verbesserung:

Finden von „ergebnisstarken" Genossenschaftsmitgliedern. Die GbR von Sabine Schönbrunn-Otto und Klaus Otto erwirtschaftet ca. 90 % der Einnahmen. Um eine Augenhöhe zu schaffen bei wirtschaftlichen Entscheidungen sollten vorhandene und neue Teammitglieder größere Anteile an den Einnahmen erzielen.

Negativ-Aspekt B4.2 Feindliche Übernahme

Berichtsfragen
Welche Begründung gibt es für eine bereits erfolgte oder geplante feindliche Übernahme?
Keine
Wie kann das Unternehmen vor feindlicher Übernahme geschützt werden?
Keine Relevanz

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur

Berichtsfragen
Welche Maßnahmen und Prozesse für eine mitarbeitendenorientierte Unternehmenskultur wurden bereits installiert?
Eine Angestellte in Teilzeit. Schwiegertochter der Gründer. Keine generelle Mitbestimmung, aber Mitwirkung. Vorschlagsrecht für alle Bereiche des Unternehmens. Mitbestimmung in dem Bereich, den sie vertritt: IT und Rechnungswesen
Teammitglieder in der Mitbestimmung
Die Genossenschaft lebt von der Mitarbeit aller, gemäß des Ansatzes, unter dem sich die Teammitglieder gefunden haben: Das Wir-Gefühl leben. In halbjährlichen Klausuren und ca. quartalsweisen Strategiesitzungen werden die unternehmerischen Entscheidungen im Konsens gefunden.

Wie wird mit Fehlern und Konflikten im Unternehmen umgegangen?
Ständige Feedbackprozesse sorgen für höchstmögliche Transparenz und Offenheit. Fehler werden angeschaut und korrigiert – einzeln oder in Teambesprechungen. Bei Konflikten, je nach Relevan,z Einbezug einer Supervisorin.
Wie werden Selbstorganisation und Eigenverantwortung gefördert?
Angebote von Coaching und Mentoring. Hilfe zur Selbsthilfe.

Verpflichtende Indikatoren
Fluktuationsrate – 0 % bei Mitarbeitender, Abgang von 2 Teammitgliedern, Zugang eines Teammitglieds
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit = 2 Jahre
Anzahl an (Initiativ-)Bewerbungen = 0
Anzahl und Regelmäßigkeit an Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erheben der Unternehmenskultur = KVP dank „Kleinheit“ des Unternehmens
Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro mitarbeitende Person bzw. nach Führungsebene = **Mitarbeitende Teilzeitkraft:** bei Einstieg ins Unternehmen, Teilnahme am vom Arbeitsamt durchgeführten IT Lehrgang. Kompetenzerwerb im Bereich „Soziale Medien“ und Webseiten-Handling.
Teammitglied als Dr. der Biologie ist ohne Heilpraktikerstatus nicht berechtigt, therapeutische Leistungen gemäß der Gebührenordnung für Heilpraktiker abzurechnen. Nach voraussichtlich erfolgreichen Abschluss der Weiterbildung zur Heilpraktikerin für Psychotherapie, in 2018, sollte das möglich sein. Durchführung der Weiterbildung durch NAVISANA Teammitglied. Gründer von NAVISANA nehmen regelmäßig an Kongressen und Workshops teil. Ziel: Aufrechterhaltung eines zeitgerechten Know-How-Wissens.

Bewertungsstufe: vorbildlich

Verbesserungspotenziale/Ziele:
Fokus auf Existenzängste von Teammitgliedern. Da einige aus Angestelltenverhältnissen stammen, tun sie sich schwer im Umgang mit der Selbstständigkeit. Hier sollte eine künftige supervisorisch angelegte Selbsthilfemaßnahme (Gruppe?) Abhilfe schaffen.

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Berichtsfragen

Welche Maßnahmen wurden zur betrieblichen Gesundheitsförderung und zum Arbeitsschutz umgesetzt, und wie werden sie evaluiert?

Vorstand Klaus Otto = Büro im Unternehmen, Selbstverantwortung für Ergonomie und Gesundheit. Richtiger Stuhl, Schreibtisch, Belüftung usw.
Mitarbeitende = Homeoffice, Selbstverantwortung (Mitarbeitende = Personal Trainerin in einem Fitnessstudio. Sie ist zertifiziert in Sachen Ernährung und Bewegung. Wir profitieren von ihrem Know How!)

Von welchen gesundheitlichen Herausforderungen bzw. Schädigungen könnten die Mitarbeitenden betroffen sein, und welche Maßnahmen werden zu ihrem Schutz getroffen?

Keine Relevanz, es gibt keine Herausforderungen und keine potenziellen Schädigungen

Verpflichtende Indikatoren

- Gesundheits/Krankenquote (in Abhängigkeit der demografischen Verteilung), Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen = keine Relevanz, passiert nicht
- Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle = keine Vorkommnisse
- In Anspruch genommene Angebote durch die Mitarbeitenden: Inhalte und Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden = keine Relevanz

Bewertungsstufe: vorbildlich

C1.3 Diversität und Chancengleichheit

Berichtsfragen

Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von sowie im Umgang mit Mitarbeitenden, und welche Betriebsvereinbarungen bzw. Maßnahmen gibt es bereits?

- Keine Relevanz in Bezug auf mitarbeitende Teilzeitkraft
- Die Aufnahme von neuen Teammitgliedern richtete sich bisher nach dem intuitiven Fluss der Dinge. Somit gehörten seit Beginn von NAVISANA 3 Männer und 16 Frauen der Genossenschaft an. Die Männer sind Deutsche, bei den Frauen ergibt sich folgendes Bild:
  - 2 Ausländerinnen (tschechisch, marokkanisch)
  - pantheistische Religionseinstellungen bei Christen, Buddhisten, Moslems
  - Altersspannbreite 43 – 67 Jahre

In welchen Bereichen könnten sich (potenzielle) Mitarbeitende benachteiligt fühlen, und was wird dagegen getan?

Keine Relevanz

Welche Maßnahmen wurden bereits ergriffen, um (hierarchische) Unterschiede auszugleichen und besondere Talente zu fördern?

Keine Relevanz

Verpflichtende Indikatoren

- Demografische Verteilung der Mitarbeitenden im Unternehmen in Hinblick auf Dimensionen der Diversivität (z.B. Alter, Geschlecht, Ethnie, körperliche/psychische Einschränkungen, sexuelle Orientierung, Religion – sofern erhebbar und relevant) sowie getrennt nach Führungsebenen
- In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit/Diversivität: Inhalte und Anzahl der Stunden pro mitarbeitende Person
- Gesellschaftliche Diversivität des Umfelds (zumindest nach den Kerndimensionen von Diversivität)
- Anzahl von Väter-bzw. Mütterkarenz in Monaten
- Nach den Dimensionen aufgeschlüsselte Anzahl von Neueinstellungen/Fluktuationen

Die hierarchiefreie Führung der Genossenschaft, die konsensuale Entscheidungsfindung, Augenhöhe im Umgang miteinander, Orientierung zuerst an der Beziehung – dann an der Sache erfordert keine Maßnahmen, um eine Einhaltung der verpflichtenden Indikatoren in die Wege zu leiten.

Bewertungsstufe: vorbildlich

Negativ-Aspekt C1.4 Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Berichtsfragen

In welchen Bereichen gibt es (potenzielle) menschenunwürdige Arbeitsbedingungen, die noch nicht dem angestrebten bzw. gewünschten Standard entsprechen?
Welche Rückmeldungen dazu gibt es im Betriebsrat bzw. in der Personalabteilung?
Wie wird auf mögliches Fehlverhalten im Unternehmen aufmerksam gemacht?
In der Genossenschaft gibt es keine menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen, dass sich eine Beantwortung der Berichtsfragen erübrigt.

Verpflichtende Indikatoren

- Statement von Betriebsrat und/oder Personalabteilung zu diesen Fragen
- Gerichtsprozesse/Rechtsverfahren bzgl. Verletzung des Arbeitsrechts, die es im Berichtszeitraum gab
- Anzahl/Inhalt der Beschwerden vonseiten des Betriebsrates bzw. der AK bzw. der Gewerkschaft im Berichtszeitraum sowie Reaktion auf diese Beschwerden

Alle verpflichtenden Indikatoren sind im NAVISANA ohne Relevanz

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

Berichtsfragen

Wie wird erbrachte Leistung in der Organisation abgegolten und wie transparent sind die zugrunde liegenden Konditionen?

Für Teammitglieder gilt die 30/70 Regelung, ab 2018 40/60 Regelung. Ab Mitte 2017 einheitlich für alle, Abführung eines Solidarbeitrags an die Genossenschaft.
Mit der Regelung 30/70 bzw. 40/60 ist gemeint, dass der kleinere Anteil zur Abdeckung der Kosten bei der Genossenschaft bleibt und der größere Anteil an den/die Erbringer*in der Leistung geht. Der Solidarbeitrag wurde eingeführt, um den erwirtschafteten Fehlbetrag auszugleichen. Die Konditionen werden/wurden im Konsens während der Halbjahresklausuren festgelegt.
Für die Mitarbeitende gilt ein Stundensatz von 20 €. Ein für die Tätigkeit sehr angemessenes Entgelt, das auch die volle Akzeptanz der Mitarbeitenden hat.

Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster „lebenswürdiger Verdienst“ zusteht?

Obwohl der Verdienst als Gehalt ausgezahlt wird, erhält **die Mitarbeitende** Ausgleichszahlungen bei Mehrarbeit.
Alle **Genossenschaftsmitglieder** arbeiten als Freiberufler, Selbstständige oder Kaufleute. Sie befinden sich somit alle in keinem Abhängigkeitsverhältnis weder als Angestellte oder im Werkvertrag Tätige. Es liegt also selbstverantwortlich in den Händen der Genossenschaftsmitglieder für ihren lebenswürdigen Verdienst zu sorgen. Die Mitarbeit innerhalb der Genossenschaft ist für die Mehrzahl der Teammitglieder existenzergänzend nicht existenzsichernd. Existenzsicherung für Sabine und Klaus.

Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen?

Die Mitarbeitende kalkuliert ihre Arbeit, Verdienst = Stunden x Stundenbetrag. Mit dem Gehalt werden die Basistätigkeiten entgolten. Alles was darüber hinausgeht, belegt sie mit einer persönlichen Stundenaufschreibung, die vom Vorstand vertrauensvoll akzeptiert wird. Der Verdienst pro Stunde steht dabei nicht zur Debatte, da er ein für die Belange „guter“ Verdienst ist.
Für die Teammitglieder besteht die Möglichkeit, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen, in dem sie den für alle gültigen Satz von 75 €/ Stunde mit entsprechenden Klientenstunden multiplizieren. Auch wenn zwischen den Teammitgliedern das Prinzip des Cross-Sellings besteht, ist doch jede(r) selbst für entsprechende Aufträge selbst zuständig.

Verpflichtende Indikatoren

- Höchst- und Mindestverdienst (innerbetriebliche Spreizung)
  a) Teammitglieder: Genereller Satz: 75 €/ Stunde, 130 € / 1,5 Stunden
- Medianverdienst
  a) Für alle gleich
- Standortabhängiger „lebenswürdiger Verdienst“ (für alle Betriebsstandorte)
  a) Gilt alles für Köln

b) Alles auf Basis einer Mitarbeiterin

Bewertungsstufe: vorbildlich

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

Berichtsfragen

Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt?
Es gibt eine Arbeitsplatzbeschreibung für **die Mitarbeitende**. Das Arbeitsvolumen beträgt zurzeit 22.5 Stunden pro Monat. Über dieses Volumen hinausgehende Stunden werden separat erfasst und mit dem Stundensatz von 20 € entgolten. Sollte das Arbeitsaufkommen, vor allem im IT Bereich, überproportional erfolgen, helfen Teammitglieder auf ehrenamtlicher Basis aus. (Ehrenamt = Gentlemen agreement).
Die Teammitglieder organisieren sich selbst. Falls ein Teammitglied Hilfe benötigt, weil zu viel zu tun ist und es machbar ist, dann werden Aufträge weitergegeben.

Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?
Gilt nur für die Mitarbeitende. Im Jahre 2016 stand die Mitarbeitende dem Unternehmen 60 Stunden pro Monat zur Verfügung. Da gab es keine Überstunden, die Arbeit konnte in der vorgegebenen Zeit gut bewältigt werden. Aufgrund der Elternzeit kommt im Jahr 2017/2018 nur ein Mini-Job infrage, dass es naturgemäß zu Überstunden kommt, was selbstverständlich auch im Interesse der Mitarbeitenden ist. Aufgrund der besonderen Situation wird besonders auf Effizienz der zu leistenden Arbeit geachtet, dass mit der Regelung (bis jetzt) alles gut geregelt werden konnte.
Wie können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden?
Die Mitarbeitende ist Mutter in Elternzeit. Mit ihr sind die Bedingungen im Konsens vereinbart worden, dass sie die Arbeit und alle anderen Verpflichtungen und persönlichen Freiheiten gut unter einen Hut bringen kann.
Teammitglieder sind so gut wie alle noch in anderen Organisationen aktiv sowohl geschäftlich als auch ehrenamtlich.
Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen?
Die Mitarbeitende kalkuliert ihre Arbeit, Verdienst = Stunden x Stundenbetrag. Mit dem Gehalt werden die Basistätigkeiten entgolten. Alles was darüber hinausgeht, belegt sie mit einer persönlichen Stundenaufschreibung, die vom Vorstand vertrauensvoll akzeptiert wird. Der Verdienst pro Stunde steht dabei nicht zur Debatte, da er ein für die Belange „guter“ Verdienst ist.
Für die Teammitglieder besteht per se Selbstorganisation der Arbeitszeit.

Verpflichtende Indikatoren

- Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (= 5,5 Stunden)
- Tatsächlich geleistete Überstunden (= 2 Stunden)

Balance für die **Mitarbeitende**

Teammitglieder: Arbeitszeit ist die tatsächlich geleistete Arbeit, ohne Zu-oder Abschläge, weil selbstständig.

Bewertungsstufe: vorbildlich

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

Berichtsfragen

Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?
Welche Maßnahmen gibt es in der Organisation, um die Work-Life-Balance zu gewährleisten?
Genossenschaft versteht sich in seinen Zielen als Unternehmen der Komplementärmedizin der Gesundheitsvorsorge-/erhaltung verpflichtet. Insofern ist jede(r) ein Vorbild für sich, das Team und die Klient*innen. Achtsamkeit und Selbstverantwortung sind dabei die Leitsätze.

Verpflichtende Indikatoren

- Auflistung aller möglichen Arbeitsmodelle
- Anzahl der Führungskräfte/Mitarbeitenden mit individuellen Arbeitsmodellen (z.B. Teilzeit, Jobsharing)
  Arbeitsmodell für Teammitglieder: Behandlung von Klient*innen entsprechend der Nachfrage (die bis jetzt nirgendwo höher war als das Angebot, so dass bis jetzt unter Gesundheitsgesichtspunkten keine Überbeanspruchung erfolgt ist.).
  Die mitarbeitende Teilzeitkraft sorgt als gesundheitsbewusste Erwachsene selbst für ihre Worklife-Balance. Das geschieht erfolgreich unter dem Aspekt Kind/Haushalt, Minijob und Freizeit unter einen Hut zu bringen.

Bewertungsstufe: vorbildlich

Negativ-Aspekt C2.4 Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfragen

Kann für alle Mitarbeitenden ein „lebenswürdiger Verdienst“ sichergestellt werden, und falls nicht, was sind die Gründe dafür?
Welche Rolle spielt die „investierte“ Arbeitszeit bei der Erreichung von Karriereschritten oder der Bewertung des Engagements der Mitarbeitenden?
Welcher Verdienst ist für Hilfskräfte und Mitarbeitende in Ausbildung (z.B. Schüler*innen, Auszubildende, Praktikant*innen, Werkstudent*innen) gerechtfertigt?
Welches Risiko tragen Zeitarbeitende (z.B. bei Saisonarbeit), und welche Konditionen können einen Risikoausgleich schaffen?
Wie viel Befristung bei den Arbeitsverträgen bringt die Interessen von Organisation und Mitarbeitenden zusammen?
Keine Antworten, da irrelevant

Verpflichtende Indikatoren

- Standortabhängiger „lebenswürdiger Verdienst“
  - 450 €/Monat für Mitarbeitende in 2017 und 2018
  - 75 € bzw. 130 € lebenswürdiger Stunden-bzw. 1,5 facher Stundensatz für Heilpraktiker für Psychotherapie
- Gewinn
  Keine Gewinnausschüttung vorgesehen

- Mitarbeitendenanzahl
  - 1
  - Teammitglieder = 10 (2017) 6 (2018)
- Höchst-/Mindestverdienst
  - *Gleicher Stundensatz*
- Anzahl der Pauschalverträge
  0
- Anzahl der Null-Stunden-Verträge
  0
- Mindest- und Maximalvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden
  Ohne Relevanz
- Anzahl aller Beschäftigten (inkl. der Zeitarbeitenden)
  1
- Anzahl der Zeitarbeitenden
  0
- Laufzeit von befristeten Arbeitsverträgen
  0
- Anteil von befristeten Arbeitsverträgen
  0
- Verlängerungspraxis von befristeten Arbeitsverträgen
  Ohne Belang

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

Berichtsfragen

Welchen Wert legt das Unternehmen auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz, und wie sieht das in der täglichen Praxis aus?
Wochenmarkt anbei. Alle Teammitglieder und die Mitarbeitende sind in besonderem Maße ernährungsbewusst. Angebote von Ayurveda innerhalb des Unternehmens. Jede(r) ist sich ihrer/seiner Rolle als Vorbild für Klienten bewusst. Zubereitung von entsprechenden Speisen in der Küche möglich. Meist Beköstigung mit „Henkelmann“.
Welche Angebote gibt es in der Kantine? Gibt es eine Küche/Kochmöglichkeit oder Belieferung (Catering, z.B. direkt vom Bauernhof, ein Obstkorb)?
Küche vorhanden, wie vorher beschrieben genutzt.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft (= ca. 70 %)

Bewertungsstufe: vorbildlich

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

Berichtsfragen

Welche Verkehrsmittel benutzen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?
Hauptsächlich per PKW, Katrin = Fahrrad, Monika ÖPNV, Carmen zu Fuß
Welche Möglichkeiten gibt es für Mitarbeitende, ihren Arbeitsweg umweltschonender zurückzulegen?
Klaus/Sabine = Fahrrad, Satprema = PKW, wegen Transport von Shiatsustuhl, Sandra und Fatima = Auto, wegen Anfahrt aus verkehrstechnischer Diaspora
Welche Anreize für umweltbewussteres Mobilitätsverhalten stellt das Unternehmen bereit – auch für Dienstreisen?
Bis jetzt keine, ab sofort wird Fokus darauf gelegt. Z.B. Anreisen nicht mehr per Flugzeug sondern per Bahn

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der Anreise mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß

PKW = 5
Rad = 1
Zu Fuß = 1
ÖPNV = 1

Bewertungsstufe: erfahren

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:
Verbesserungspotenziale/Ziele:
Umstieg vom Auto aufs Fahrrad/zu Fuß = Prio 1, auf ÖPNV = Prio 2, auf Bahn = generell Vermeiden zu fliegen, statt dessen Nutzung der Bahn.

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung

Berichtsfragen

Wie kann die Unternehmenskultur hinsichtlich ökologischer Aspekte beschrieben werden?

Ökologisches Bewusstsein in Entwicklung. Sabine und ich sind Vegetarier und achten auf die Aspekte wie: Vermeiden von Plastikmüll, achtsamer Strom-/Gas-/Wasserverbrauch. Teammitglieder sind alle in Sachen Gesundheitsvorbeugung/-erhaltung unterwegs, da spielen Aspekte der Ökologie und Nachhaltigkeit ebenso eine große Rolle. Weitere Vegetarier im Team: Sandra, Marita und Satprema.

Welche Rolle spielen ökologische Themen in Weiterbildungsangeboten und bei der Personalrekrutierung?

Gesundheitsvorbeugung/-erhaltung = Kriterium bei der „Einstellung“, indirekt damit die Ökologie. Angebote im NAVISANA, vor allem beim kreativen Donnerstag = Ökologie, Menschenwürde, Gerechtigkeit

Welche Sensibilisierungsmaßnahmen finden innerhalb dieses Rahmens statt?

Supervisionssitzungen zur Erhöhung des Bewusstseins für sich selbst. Beziehungspflege, Achtsamkeit mit indirekter Wirkung auf Ökologie

Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden (dies auch mit Blick auf die Anwendung im Privaten)?

Kontinuierlicher Verbesserungsprozess. Ausgehend von Sabine, Klaus und Sandra Einwirkungen aufs Team zur Erhöhung der Achtsamkeit. Einschränkung des Fleischkonsums zur Verringerung des CO2 Ausstoßes. Problembewusstsein bei allen Teammitgliedern, vor allem der Nichtvegetarier.

Verpflichtende Indikatoren

Bekanntheitsgrad der Unternehmenspolitik zu ökologischem Verhalten = 30 % (aufgrund der Angebote zum kreativen Donnerstag = Zero Waste - Grüner leben ohne Müll, Nachhaltigkeit und Achtsamkeit für Mutter Erde, Alina Peters, Studentin der Erziehungswissenschaften. Alle Angebote von Klaus Otto zum Thema „Achtsamkeit“ im innen, wie im außen. Sowie Thematisierung der Gemeinwohlökonomie als Alternative zu den herrschenden Wirtschaftssystemen)

- Akzeptanzgrad des ökologischen Betriebsangebotes bei Mitarbeitenden = 80 %

Bewertungsstufe: fortgeschritten (bezogen auf alle Teammitglieder)

Verbesserungspotenziale/Ziele:

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

Berichtsfragen

0 Punkte Abzug

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

Berichtsfragen

Welche Daten sind für die Mitarbeitenden in welcher Form zugänglich?
Alle, bis auf die vertraulichen Daten von Klienten – für sie selbst bzw. für Krankenkassen

Wie leicht/schwer können Mitarbeitende auf die Daten zugreifen?
Zugriff auf Konten durch Vorstände und Bevollmächtigte. Bei Bedarf wird allen Teammitgliedern der Zugang zu den Genossenschaftskonten ermöglicht.

Welche physischen, intellektuellen oder sonstigen Hürden gibt es? Und warum?
Keine Restriktionen

Welche kritischen oder wesentlichen Daten stehen den Mitarbeitenden nicht zur Verfügung? Wieso nicht?
Klientendaten, aus datenschutzrechtlichen Aspekten

Was wird getan, damit auch finanzielle Daten von allen Mitarbeitenden leicht verstanden werden können?
Schwerwiegender Punkt. Vorstand Klaus Otto hatte bis jetzt die Finanzverantwortung. Erläuterungen für Fehlbetrag wurde nicht verstanden, erzeugte sogar Angst. Obwohl Fehlbetrag eigentlich eine buchhalterische Größe, in begrenzterem Maße eine Verlustgröße darstellte, legten Teammitglieder Fokus auf Verlust, was für 2019 zu einer Änderung der Unternehmensrechtsform führen wird. Steuerberatungsgesellschaft war ohne Erfahrung mit Genossenschaft. Zuständiger Steuerberater unfähig, den Sachstand zu validieren. Ab sofort neuer Steuerberater. Er genießt das Vertrauen aller.

Thema ist und bleibt die Selbstverantwortung. Alle Teammitglieder sind und bleiben aufgefordert, sich „kritisch“ mit allen, schließlich transparenten Unternehmensdaten auseinanderzusetzen. Ein passives Verhalten, um dann bei einem schwierigen Ergebnis den Rückzug anzutreten, kann und wird in Zukunft keinen Erfolg mehr haben.

Verpflichtende Indikatoren

Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung in %)
Außerhalb der sensiblen Klientendaten = 100 %

Bewertungsstufe: vorbildlich

In Zukunft gilt es, nicht auf die Nachfragen zu warten, sondern von Seiten von Vorstand und Bevollmächtigten den Teammitgliedern und der Mitarbeitenden proaktiv den (vor allem finanziellen) Zustand der Gesellschaft zu erklären.

C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

Berichtsfragen

Wie werden Führungskräfte ausgewählt und von wem? Werden sie von oben eingesetzt oder von unten gewählt?

Das Prinzip der Genossenschaft ist, dass in der Generalversammlung, der Versammlung aller Genossenschaftsmitglieder, die Vorstände gewählt werden. Seit Beginn der Genossenschaft wirkten so Dr. Wittke und Klaus Otto als Vorstände. Sie können, was aber nicht geschehen ist, von der Generalversammlung wieder abgewählt werden.

Welche Mitwirkungsmöglichkeiten haben die Teammitglieder? Warum bzw. warum nicht?

Volles Mitwirkungsrecht über Klausuren und Strategiesitzungen – der Mitarbeitenden ist die Möglichkeit eingeräumt, daran teilzunehmen

Welche Maßnahmen folgen aus dem Feedback der Mitarbeitenden zu ihren Führungskräften?

Direkter Austausch – unmittelbare Wirkung

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/Gespräch/Mitgestaltung/Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden = 100 %

Bewertungsstufe: vorbildlich

C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

Berichtsfragen

Bei welchen Entscheidungen können die Mitarbeitenden wie mitwirken?

Über Teilnahmen an Klausuren, Strategiesitzungen unmittelbar
Während des Arbeitsprozesses im direkten Austausch mit Vorständen bzw. Teammitgliedern

Welche bisherigen Erfahrungen gibt es mit der Partizipation der Mitarbeitenden?

Gute, weil in direktem Kontakt

Was wird im Unternehmen getan, damit mehr Mitarbeitende mehr Verantwortung und Entscheidungen übernehmen können?

Kein weiterer Handlungsbedarf

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden (= 100 % Teammitglieder) (= 60 % Mitarbeitende, u.zw. aus eigenem Entschluss)

Bewertungsstufe: vorbildlich

Negativ-Aspekt C4.4 Verhinderung des Betriebsrates

Berichtsfragen

Gibt es einen Betriebsrat? Wenn nicht, warum nicht?
Nicht nötig, alle sind Betriebsräte in eigener Sache

Welche alternativen Maßnahmen setzt das Unternehmen anstelle der Gründung eines Betriebsrates?
Genossenschaft !!

Welche Unterstützungsmaßnahmen für einen Betriebsrat gibt es? Wie werden die Mitarbeitenden zu einer Gründung ermutigt?
Nicht relevant

Verpflichtende Indikatoren
Betriebsrat vorhanden/nicht vorhanden, seit wann?
Nicht vorhanden, weil Genossenschaft

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Verbesserungspotenziale:

D1 Ethische Kund*innenbeziehungen

D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen

Berichtsfragen

Wie werden neue Kund*innen gewonnen und wie Stammkund*innen betreut?

Werbemittel sind die Webseite, turnusmäßige Flyer mit den anstehenden Angeboten, Poster, Plakate, ausgehängt in den eigenen Räumen, Aushänge von einzelnen Angeboten, bei denen die Klienten die Möglichkeit haben, sich bei Bedarf welche mitzunehmen. Wichtigstes Werbemittel: Mund zu Mund Propaganda.

Betreuung findet vor allem in den Workshops, Seminaren, Gruppen statt, bei denen die Klient*innen eine besondere Betreuung erfahren. Auf diese Weise steigt die Anzahl von Klient*innen, die die Angebote der Gesundheitsvorbeugung/-erhaltung wahrnehmen. Bei den Klient*innen, die Therapie in Anspruch nehmen, gilt, dass sie so rasch, wie möglich ihre Ziele erreichen und die Therapie beenden, um in die Gruppe derjenigen zu wechseln, die Gesundheitsvorbeugung/-erhaltung betreiben.

Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kund*innennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?

Erklärtes Ziel der Teammitglieder der Genossenschaft ist: Das Wir-Gefühl leben. Dazu gehören die Kund*innen wie überhaupt alle Geschäftspartner. Ein Problem ist leider entstanden, dass das erklärte Ziel nicht das gelebte ist. Bei einigen Teammitgliedern überwiegt das Eigeninteresse. Der Effekt davon ist, dass diejenigen, die den Kundennutzen an erster Stelle sehen, mehr oder weniger erfolgreich sind und diejenigen, die den eigenen Nutzen an erster Stelle sehen, es nicht sind. Damit ist die Genossenschaft in eine Schieflage geraten, dass wir uns gezwungen sehen, das Geschäft ab 2019 zu splitten.

Genossenschaftliches Denken in der Sparte: Für Unternehmen und einzelwirtschaftliches Denken in der Sparte „Heilzentrum“. Womit der Genossenschaftsgedanke im Ganzen leider erstmals auf Eis gelegt sein wird.

Die Austarierung von Eigeninteressen und Kundennutzen erfolgt mit der neuen Geschäftsführerin Sabine Schönbrunn-Otto. Die ersten Schritte in 2019 auf diesem Weg, gib zur Zuversicht Anlass.

In welcher Form werden ethische Aspekte bei der Werbung und im Verkaufsprozess berücksichtigt?

In der Werbung wird – weitestgehend – vermieden, den Komparativ zu verwenden, verschönernde, irreführende Floskeln zu verwenden. Die ethischen Grundsätze der Ehrlichkeit, Gerechtigkeit, Respekt und Wertschätzung stehen grundsätzlich voran.

Wie wird auf Kund*innenwünsche und Reklamationen eingegangen und ein pragmatisches Vorgehen gesichert?

Reklamationen in Therapie und den Angeboten der Gesundheitsvorbeugung/-erhaltung sind sehr selten. Bei im Schnitt gerechneten 2 500 Klientenstunden im Jahr, gibt in ca. 10 Stunden Einwände, Nachfragen, Missverständnisse = 0,4 % Reklamationsrate. Wenn Sie aber geschehen, sind es komplexe Sachverhalte, die zur Reklamation führen. Das Gespräch wird immer in Augenhöhe geführt, mit dem Ziel eines Konsenses. Dabei geht es nie ums Rechthaben oder Rechtbehalten wollen, sondern immer um die Aufrechterhaltung einer vertrauensvollen Beziehung.

Verpflichtende Indikatoren

Übersicht Budgets für Marketing, Verkauf, Werbung: Ausgaben für Maßnahmen bzw. Kampagnen
7,7 % der Ausgaben fallen auf solche Maßnahmen, einschl. Teilnahme an Messen

Art der Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden: fixe und umsatzabhängige Bestandteile in %
30/70 % (2017) bzw. 40/60 % (2018) Regelung. D.h. der geringere Anteil ist derjenige der Genossenschaft, der größere für den/die Leistungserbringer*in.
Vorstände und Teammitglieder leisten ihre Arbeit zur Planung, Steuerung und Kontrolle der Genossenschaft im Ehrenamt.

Bewertungsstufe: vorbildlich

D1.2 Barrierefreiheit

Berichtsfragen
Welche Hürden betreffen den Kauf und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen?
Keine Rampe vorhanden. Bis jetzt gab es allerdings auch so gut, wie keine Anfragen von Menschen mit Behinderungen. Ansonsten können sich alle, die Interesse haben, behandeln lassen bzw. die Angebote der Vorbeugung/-Erhaltung wahrnehmen
Welche benachteiligten Kund*innengruppen werden als Zielgruppe berücksichtigt?
Es ist Sinn und Zweck der Genossenschaft, dass Menschen mit „Problemen“ kommen können. Hierbei geht es weniger um körperliche Themen als mehr um psychische Themen – wobei die Psychosomatik natürlich eine Rolle spielt, da wird allerdings weniger auf die körperlichen Symptome geachtet als mehr auf die psychischen Ursachen. Somit können beispielhaft genannt werden, Menschen mit Angststörungen, Depressionen, Traumata.
Wie wird benachteiligten Kund*innengruppen der Zugang und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen erleichtert?
Montags bieten die Gründer eine kostenlose Beratungsstunde an. Dort können alle kommen. Es erfolgt eine „objektive“ Beratung aus Sicht der Klienten. Das hat sich wohl rundgesprochen.
Ausschließlich für B2B: Wie wird sichergestellt, dass kleinere und gemeinwohlorientierte Unternehmen mindestens gleichwertige Konditionen und Service wie Großabnehmer*innen erhalten?
Im Rahmen der genossenschaftlichen Sparte „Ihr Heilzentrum“ gibt es keine B2B Kunden. In der sich abzeichnenden neuen Gesellschaft ab 2019 werden öffentliche Verwaltungen und Unternehmen im Rahmen des Betrieblichen Gesundheitsmanagements dazu kommen. Fokus wird da auf gemeinwohlökonomisch orientierte Unternehmen gelegt.

Verpflichtende Indikatoren
Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innengruppen gekauft wird

Bis auf die körperlich benachteiligten Menschen, die fest in einem Rollstuhl sitzen, kommen alle anderen „gut“ ins Unternehmen. Es liegt somit in der Natur des Unternehmens, dass diejenigen, die Therapie brauchen unter die Kategorie „psychische Störung (Benachteiligung?) fallen. Die zur Gesundheitsvorbeugung/-erhaltung kommen fallen da eher nicht darunter. Der Anteil beträgt ca. 60 % Therapie, also mit Störung(en), 40 % ohne.

Bewertungsstufe: erfahren

Verbesserungspotenziale/Ziele:
In 2019 Fokus auf gemeinwohlökonomisch orientierte B2B Kunden im Rahmen des Betrieblichen Gesundheitsmanagements (bis jetzt kein Geschäftszweig mit zahlenden Kunden).

Negativ-Aspekt D1.3 Unethische Werbemaßnahmen

Berichtsfragen
Welche konkreten Werbe- oder Verkaufsmaßnahmen sind kritisch oder könnten unethisch sein? Warum? Und was wären ethische Alternativen?
Nicht relevant
Welche Werbemaßnahmen gehen über eine informative Homepage, neutrale Produktinformationen, Nutzungshinweise oder Wissensvermittlung hinaus?
Nicht relevant

Verpflichtende Indikatoren
Anteil der Werbeausgaben, die ethische und unethische Kampagnen entfallen
20 – 30 % ethisch, 0 % unethisch

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Verbesserungspotenziale:

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen

Berichtsfragen

Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert, und welche Ziele werden dabei verfolgt?

Das Ziel für die Mitarbeit in der Genossenschaft ist: Das Wir-Gefühl leben. Von daher finden sich Freiberufler und Selbständige in eigener Sache zusammen, um gemeinsam das Ziel zu verfolgen. Von daher stellt die Genossenschaft bereits eine Integration verschiedener Unternehmen dar. Alle Unternehmen leben heute über das Netzwerken. Die Mitarbeitende platziert die Angebote auf Facebook, allerdings nur als Schaufenster. Es erfolgt nicht die übliche Beteiligung mit Likes/Teilen usw. Als einzige offizielle Plattform wird XING für Unternehmen genutzt. Vor allem über sozialen Medien kommen immer wieder Anfragen zu Kooperationen, die in begrenztem Maße auch genutzt werden können.

Mit welchen Unternehmen werden in Zukunft in welchen Bereichen Kooperationen angestrebt?

Für den Bereich „Für Unternehmen“ mit Unternehmen der Gemeinwohlökonomie bzw. der Achtsamkeit

In welchen Bereichen werden Wissen und Informationen mit Mitunternehmen geteilt?

Der Schatz an Erfahrungen und Kompetenzen steht für alle offen. Es gibt keine Geschäftsgeheimnisse und auch nicht das Vorhalten von „Herrschaftswissen“. Transparenz erfolgt über die Webseite mit ihren aktuellen Angeboten. Hinzu kommen die Angebote und Beschreibungen über XING. Darüber sind Teammitglieder in Kontakt mit Mitgliedern anderer Unternehmen der Komplementärmedizin. Andere Portale werden nicht aktiv genutzt.

Welche Maßnahmen zur Erhöhung der Branchenstandards wurden/werden umgesetzt bzw. sind in Planung?

Gemeinwohlökonomie: Aktive Beteiligung und Erlangung Beraterstatus. Darüber hinaus leben genau dieser Standards – ebenso durch Beteiligung am Netzwerk Achtsames Wirtschaft – mit demselben Ziel. Drittes Standbein: Netzwerk Emotionale Achtsamkeit mit Projekten/Workshops mit den sich dort versammelnden Mitgliedern.

Verpflichtende 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 (in Stunden, pro Jahr bzw. als %-Anteil)?

Unter dem Aspekt der Kooperation von Freiberuflern und Selbstständigen unter dem Dach der Genossenschaft 100%

Unter dem Aspekt der Genossenschaft mit anderen Anbietern entweder der Alternativmedizin oder dem Betrieblichen Gesundheitsmanagement 0 %

Wie viel Prozent von Zeit/Umsatz werden durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet/erzielt:

- Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional) = 0 %
- Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen = 0 %
- Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, aber mit anderer Zielgruppe = 0 %

In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen (Anzahl: x/3)?

- Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards = 0 %
- Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesellschaftlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying) = 0 %
- Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards = 50 % (Gemeinwohlökonomie, Achtsames Wirtschaften, Emotionale Achtsamkeit)

Bewertungsstufe: vorbildlich

Verbesserungspotenziale/Ziele:
Durch die aktive Mitarbeit bei der GWÖ, dem NAW und dem Projekt der emotionalen Achtsamkeit entsteht die Perspektive von verstärkter Kooperation und Solidarität mit anderen (ebenso orientierten) Unternehmen in 2019. Ziel ist, 80 % der Arbeit, insbesondere im Rahmen des BGM (Betrieblichen Gesundheitsmanagements) auf solche Unternehmen platzieren.

D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen

Berichtsfragen
In welchen Bereichen verhält sich das Unternehmen solidarisch gegenüber anderen Unternehmen und hilft uneigennützig?
Eine Uneigennützigkeit entsteht einfach dadurch, dass die sich der Genossenschaft zugehörigen Mitglieder ihre eigenen Unternehmen oder Beschäftigungen haben. Durch die Arbeit innerhalb der Genossenschaft weitet sich das Spektrum des Wissens, der Erfahrungen der Teammitglieder, die sie in ihren eigenen Unternehmen nutzen können.

Verpflichtende Indikatoren
Wie viele Arbeitskräfte bzw. Mitarbeitendenstunden wurden an Unternehmen

- **anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?** 0 %
- **der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen**? 0 % (Bedenkt man aber, die Sammlung an Selbstständigen und Freiberuflern unter dem Dach der Genossenschaft, dann ca. 60 %)

Wie hoch ist die Summe an Finanzmitteln, die an Unternehmen

- **anderer Branchen weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?** 0 %
- **der gleichen Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu stützen?** 0 %

Bewertungsstufe: vorbildlich

Verbesserungspotenziale/Ziele:
Die Perspektiven sind ausgerichtet auf den Grundsatz: Kooperation statt Konkurrenz. Deshalb besteht der Vorsatz innerhalb des BGMs in 2019 mit anderen in diesem Metier aktiver Unternehmen vorbehaltlos zusammenzuarbeiten (so Chemie, Vertrauen herrscht und gemeinsame Visionen geteilt werden)

Negativ-Aspekt D2.3 Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Berichtsfragen
In welchen Bereichen könnte das Unternehmen andere Unternehmen stören, blockieren oder schädigen?
In keinen
Welche Rolle spielt es, Marktanteile zu erobern, und wie wird mit dem Ziel der Marktführerschaft umgegangen?
Keine Relevanz

Verpflichtende Indikatoren
Findet ein wertender Vergleich (besser/schlechter bzw. im USP) mit der Leistung und den Angeboten von Mitunternehmen in der Kommunikation statt? Nein
Wird zumindest bei einem Produkt oder einer Dienstleistung eine Dumpingpreisstrategie verfolgt? Nein
Werden geheime/verdeckte Preisabsprachen mit anderen Unternehmen getroffen? Nein
Ist die Maximierung der Marktanteile auf Kosten von Mitunternehmen, Kund*innen oder Produzent*innen in der Unternehmensstrategie verankert? Nein
Werden für eigene Produktideen zahlreiche Patente erwirkt, die selbst nicht weiterverfolgt oder genutzt werden und die andere Unternehmen bei der Weiterentwicklung/Forschung/Innovation blockieren könnten bzw. sollen? Nein

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Verbesserungspotenziale:

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

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

Berichtsfragen

Inwieweit sind dem Unternehmen die ökologischen Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen bekannt?

NAVISANA ist ein Dienstleister der Heilpraktik auf dem Gebiet der Komplementärmedizin. Insofern unterliegen die Arbeiten in unmittelbarem Kontakt mit Menschen nicht der Betrachtung von Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen. Die Teammitglieder, im Bewusstsein eines „Wir-Gefühl lebens“, sind dem gegenüber angehalten, durch ihre Haltung und ihren Auftritt, Glaubwürdigkeit und Authentizität auszustrahlen. Für sie ist es also wichtig die ökologischen Auswirkungen, der von ihnen genutzten Produkte und Dienstleistungen zu kennen.
Das Bewusstsein drückt sich u.a. dadurch aus, dass im NAVISANA eine Mülltrennung (Plastik, Kompost, Papier) stattfindet. Bei der Renovierung der Räume wird darauf geachtet, dass nicht der Preis allein als Entscheidungskriterium gilt sondern vorher darauf geachtet wird, dass Farben und Lacke ökologisch abbaubar sind und bei der Bearbeitung und der anschließenden Nutzung gesundheitlich „sauber“ sind. Putzmittel, Spüllotion usw. wird ebenso nach ökologischen Gesichtspunkten beschafft und es wird darauf geachtet, dass keine Nano-Plastik (Poly-) in Produkten wie Massageölen, Shampoos usw. enthalten sind.

Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen?

In Ergänzung zur Beantwortung der vorhergehenden Berichtsfrage wird darauf geachtet, dass von vornherein ökologisch abbaubare Produkte verwendet werden. Worauf in Teammeetings hingewiesen wird, um das Bewusstsein dafür zu fördern.

Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entsprechen reduziert?

Aufklärung in Internet, Verwendung entsprechender Apps beim Einkauf, Informationen der Teammitglieder untereinander lenkt den Fokus auf ökologisch abbaubare Produkte.

Wie wird die Reduzierung ökologischer Auswirkungen hinsichtlich Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen im Geschäftsmodell berücksichtigt?

In Newslettern und Veranstaltungen (z.B. Kreative Donnerstage mit Thematisierung gemeinwohlökonomischer Anliegen) wird das Bewusstsein nach innen und außen geschärft.

Bewertungsstufe: fortgeschritten

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Es ist ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess, der über Aufklärung und Achtsamkeit seine Wirkung erhöht. Bis Ende 2019 sollen alle im NAVISANA verwendeten Produkte diesen Ansprüchen genügen. Heute passiert das zu ca. 80 %

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

Berichtsfragen

Inwieweit ist Suffizienz bzw. eine maßvolle Nutzung im Geschäftsmodell verankert?
Das „Höher, Schneller, Weiter“ ist von Anfang kein Prinzip, dem die Genossenschaftsmitglieder folgen. Allen kommt es (mehr oder weniger) darauf an „maßzuhalten“ und nicht das Luxuriöseste, Beeindruckenste, Aufmerksamkeitserheischende zu kaufen und zu präsentieren. Es gilt das Leben gemäß des mittleren Weges (buddhistisches Prinzip). So gehört Ayurveda zum Lebens-/Ernährungsprinzip. Das bedeutet Leben aus und mit der Natur und zwar für das Erzielen von ganzheitlicher Balance.
Inwieweit findet im Unternehmen eine Auseinandersetzung mit Suffizienz bzw. maßvoller Nutzung der Produkte und Dienstleistungen statt?
In Ergänzung zur vorhergehenden Antwort werden auch von Teammitgliedern Angebote in dieser Hinsicht gegenüber Klienten gemacht. Themen, wie achtsamer Konsum, achtsamer Umgang mit Lebensmitteln sind Themen, z.B. von kreativen Donnerstagen.
Durch welche Strategie und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?
Z.B. bringen Teammitglieder bei Treffen, wie Klausuren, Tage der offenen Tür, Neujahrsempfang selbstgemachte Speisen mit, allerdings nur für den eigenen Bedarf. Auf diese Weise wird das Wegwerfen von Lebensmitteln minimiert. Käufe in Geschäften wie Alnatura, Temma, Basic werden genannt, um das Bewusstsein zu schärfen, auch bei Rewe, Edeka usw. auf Bioprodukte zu achten.
Welche Produkte und Dienstleistungen zielen auf eine maßvolle Nutzung ab bzw. unterstützen diese?
Fahrzeuge = Dr. Wittke = Hybridfahrzeug (Kombination Elektro und Vergaser). Klaus Otto fährt 15 Jahre alten Mercedes. Verbrauch 6 l Diesel auf 100 km. Im Unterhalt unschlagbar = keine Reparaturen, TÜV Zulassung wie bisher ohne jeglichen Probleme. Bei Beendigung der Nutzung wird der Kauf eines Elektroautos ins Auge gefasst. Dienstleistungen wie Webseitenbetreuung nicht beim teuersten Anbieter sondern bei aufstrebenden Unternehmen mit dem Nutzen von Preisvorteilen.
Inwieweit zielt die Kommunikation des Unternehmens mit Kund*innen und Konsument*innen auf die Förderung von maßvoller Nutzung ab?
Konkretes Angebot für ein Seminar in Griechenland. Ergänzung durch Teilnahme einer Ernährungsberaterin und Ayurvedaköchin. Einkaufen und Kochen von mediterran ayurvedischen Früchten und Gemüsen, frisch und naturbelassen.

Bewertungsstufe: fortgeschritten

Verbesserungspotenziale/Ziele:
Ziel das Bewusstsein der Suffizienz zu fördern, Grad 90 %. Erreicht zurzeit zu ca. 80 %

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

Berichtsfragen
In welchen Bereichen wird eine übermäßige Nutzung über Preisgestaltung Anreizsysteme, geplante Obsoleszenz etc. gefördert bzw. bewusst in Kauf genommen?
Erfolgt nicht bewusst
Bei welchen Produkten und Dienstleistungen können mit einer oder wenigen Nutzung(en) durch jeden Menschen oder durch gleichbleibendes bzw. steigendes Nutzungsniveau die globalen Belastungsgrenzen überschritten werden
Erfolgt nicht bewusst
Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Verbesserungspotenziale:

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

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

Berichtsfragen

Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kund*innen eingeräumt, und wie wird darüber kommuniziert?

Es gehört zum Selbstverständnis aller Teammitglieder Hintergründe zu den jeweiligen Angeboten zu erklären. Die Therapien und Vorbeugungsangebote sind allesamt zukunfts-/lösungs/-ressourcenorientiert. Ein Begriff, der dabei immer im Raum steht und auf den es in besonderer Weise ankommt, ihn zu leben ist = Verantwortung.
Verantwortung im persönlichen Bereich ebenso wie im kollektiven Bereich. Klienten haben über das Angebot des kreativen Donnerstags die Möglichkeit, Ihre, allerdings auch für die Zielgruppe interessierenden Themen anzubieten. Konkretes Angebot von Klienten an einem kreativen Donnerstag: **Hochsensibilität** *(M)ein Weg zu mir selbst* Maike Czychi, Psychologische Beraterin, Trainerin und Nicole Gollan-Gesierich, Coach, pädagogische Integrationskraft, Kinderbuchautorin

Werden Produkte und Dienstleistungen mit einer höheren Nachhaltigkeitswirkung gemeinsam mit Kund*innen entwickelt?

Angebote, wie Aussöhnung mit dem inneren Kind, systemische Aufstellungsarbeit, Paartherapie usw. entwickeln sich mit den gemachten Erfahrungen mit Klient*innen. Dabei wird durch die Einstellung der Berater*innen und Therapeut*innen indirekt auf Nachhaltigkeit, Effizienz und Suffizienz in Wirkung auf die Klient*innen Einfluss genommen. Entscheidend ist, dass die methodisch, didaktischen Grundlagen von den Therapeut*innen gesetzt werden. Die „Präsentation“ erfolgt dann stets dem Zeitgeist entsprechend. Und dieser wird von der Erwartungs- und Wissenshaltung der Klient*innen bestimmt.

Mit welchem Ziel wird Marktforschung eingesetzt?

Keine Marktforschung

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen, die mit der Beteiligung von Kund*innen entstanden sind 60 %

Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund*innen entstanden sind 20 %

Bewertungsstufe: fortgeschritten

D4.2 Produkttransparenz

Berichtsfragen

Wie öffentlich und transparent sind Produktinformationen?

In Flyern, Newsletter und auf der Webseite werden die Angebote der Teammitglieder ausführlich beschrieben. Preise sind einheitlich und gehen ebenso aus den Publikationen hervor: Workshops, eintägig 80 €, zweitägig 140 €. Einzelstunden 75 €, Doppelstunden 130 €. Sowie die Großzahl an kostenlosen Angeboten.

Inwieweit werden alle Inhaltsstoffe und ökologisch relevanten Informationen ausgewiesen?
Bisher nicht geschehen
Welche Informationen zur Preisfindung entlang der Wertschöpfungskette werden ausgewiesen?
Bisher nicht geschehen
Was ist über den Umfang der sozioökologischen Belastungen, die durch die Produkte und Dienstleistungen entstehen und die nicht in den Preisen enthalten sind, bekannt (sog. Externalisierung)?
Bezieht sich auf die Inanspruchnahmen der Großanbieter 1und1, AXA, Rheinenergie und GVG. Eine Ermittlung erfolgte bisher nicht.

Verpflichtende Indikatoren
Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes)
Betrifft vor allem Ernährungsangebot Ayurveda, mit konkretem Essensangebot gegenüber Klient*innen = ca. 0,5 % des Umsatzes
Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes)
Bisher nicht ermittelt, in Zukunft, ca. 2 %
Ausmaß der externalisierten Kosten von Produkten und Dienstleistungen
Bisher nicht ermittelt, in Zukunft, ca. 0,3 %

Bewertungsstufe: fortschrittlich

Verbesserungspotenziale/Ziele:
Auf Flyern und sonstigen Publikationen aus Papier wird in Zukunft ein Vermerk angebracht: Material aus ökologisch nachhaltigem Ursprung.

Energiekosten und Kosten für die IT sind Bestandteile der Preise. Veröffentlichung der Preise künftig mit dem % Anteil entsprechender Energiekosten.

Die Externalisierung ist künftig verstärkt in den Fokus zu nehmen.

Negativ-Aspekt D4.3 Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Berichtsfragen
Enthalten die Produkte Schadstoffe für Kund*innen oder die Umwelt?
Nein
Gibt es schädliche Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte?
Nein
Verpflichtende Indikatoren
Anteil der Produkte mit Gefahrenstoffen oder Gebrauchsrisiken, die nicht transparent öffentlich deklariert werden (in % des Umsatzes)
0 %
Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Verbesserungspotenziale:

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

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

Berichtsfragen

Welche der neun Grundbedürfnisse erfüllen die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens?

1. Lebenserhaltung/Gesundheit/Wohlbefinden
Sowohl die Behandlungen (Workshops, Seminare, Gruppen) als auch die heilkundlichen Behandlungen gemäß der Gebührenordnung für Heilpraktiker, Ziffer 19.2. psychotherapeutische Sitzungen zielen darauf ab, dass die Klienten gesund alt werden, ein Wohlgefühl im Alltag haben und ein spezifisch persönliches Erleben von Lebensqualität haben

2. Schutz und Sicherheit
Wenn wir uns geliebt fühlen, dann finden wir Schutz und Sicherheit, und zwar und vor allem in uns selbst. Deshalb ist das Ziel, wenn es für die Klient*innen passt, dass sie gemäß der Maxime: Erkenne Dich selbst, den Weg zur Selbsthilfe intensivieren oder (neu) finden

3. Zuneigung/Liebe
Empathie und Mitgefühl sind die wichtigsten Werkzeuge der Therapeut*innen und Praktiker*innen. Aus dieser Haltung heraus tragen sie mit dazu bei, dass die Klient*innen den Weg zur Selbstliebe und darüber wiederum den Weg in die Nächstenliebe finden

4. Verstehen/Einfühlung
Bevor es zur Erfüllung vorgenannter Punkte kommen kann, bedarf es seitens der Therapeut*innen und Praktiker*innen des Verstehens und der Einfühlung in die Psyche der Klient*innen. Dazu sind alle bemüht, wohl wissend, dass wir alle auf dem Weg sind. Von daher praktizieren alle Teammitglieder von NAVISANA Verstehen und Einfühlung für sich selbst, vor allem um der Ursache von Emotionen auf die Spur zu kommen. Hilfreich dazu sind Supervisionssitzungen, die bei Bedarf angesetzt werden und an denen sich (so gut wie) alle Teammitglieder beteiligen.

5. Teilnehmen/Geborgenheit
Teilnehmen (Intersein, wie es Thich Nhat Hanh formuliert), ist ein wichtiges Ergebnis sozialen Einbringens, wenn wir uns mit uns selbst „im Reinen fühlen“. Wie unter Punkt 4 beschrieben, bedarf es der nie endenden Prozesse der Selbstreflexion. Wenn wir die Verantwortung für unser Leben übernehmen und zwar ganz, von Anfang an, dann nehmen wir selbstbewusst am Leben teil, fühlen uns nicht als Opfer irgendwelchen Geschehens und finden die Geborgenheit in uns und bei Menschen, denen wir vorbehaltlos vertrauen.

6. Muße/Erholung
Haben wir die Zeit, oder hat die Zeit uns? Wenn uns die Zeit hat, bestimmt unser Leben „Chronos“ und wir unterliegen den Gesetzen der Dringlichkeit. Bestimmen wir die Zeit, so regiert unser Leben „Cairos“ und damit das Gesetz der Wichtigkeit. Aus einer Haltung von Cairos sorgen die Teammitglieder für sich für Phasen der Muße und Erholung. Angeboten

werden diesbezügliche Sessions auch für Klient*innen: spezifische Sessions – Meditation und Bewusstseinsschulung, Achtsamkeitstage und -abende, Mutter Meera Meditation. Unterstützung für Muße und Erholung bieten Angebote des Autogenen Trainings und der Progressiven Muskelentspannung sowie Yoga, Shiatsu u.a.m.

7. kreatives Schaffen
Die Teammitglieder schöpfen aus der Fülle und leben (zunehmend) den Verzicht des Mangels. Bei Klausurtagungen vor allem, aber auch Strategiesitzungen erfolgt stets vor Festlegungen von Zielen, Strategien und Planungen ein Brainstorming. Aus der gefundenen Vielfalt von Ideen erzeugt sich das kreative Schaffen, dass alle integriert und ihr Tun mit Freude erleben lässt.

8. Identität/Sinn
NAVISANA als Genossenschaft hat sich dem Gemeinwohl verschrieben. Die meisten Mitglieder finden darin Identität und Sinn. Das Wir-Gefühl leben steht dabei vor dem Leben des Eigennutzes. Die Mitglieder sind mehr und mehr auf dem Weg des Wahrnehmens der Selbstverantwortung, zum Leben von Gesamtverantwortung.

9. Freiheit/Autonomie
Um Beziehungen in Augenhöhe leben zu können, bedarf es der persönlichen Autonomie. Erst Personen, die sich ihrer Bedürfnisse, Wünsche und Sehnsüchte bewusst sind und sie achtsam zu befriedigen suchen, erwerben die Autonomie, die es ihnen überhaupt ermöglicht ein Leben frei von inneren und äußeren Zwängen leben zu können. Auf diesem Weg der Achtsamkeit befinden sich die Teammitglieder und finden darin Unterstützung in persönlichen Gesprächen, Supervisionssitzungen und Angeboten, die sie sich gegenseitig machen (z.B. Möglichkeit für TRE Sitzungen – Tension Releasing Exercises, EMDR zur Traumabehandlung, Aufstellungsarbeiten).

Welche der Produkte und Dienstleistungen sind Luxusprodukte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenverbrauchende Produkte und Dienstleistungen des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können?
Keine

In welcher Form dienen die Produkte und Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?
Die Angebote der Gesundheitsvorbeugung/-erhaltung dienen per se der Gesundheit, also dem Bestreben gar nicht erst krank zu werden. Die Angebote an Psychotherapie dienen der psychischen ggf. auch körperlichen Gesundung und damit auch dem persönlichen Wachstum.

Welche gesellschaftlichen bzw. ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch die Produkte und Dienstleistungen gelöst bzw. gemildert.

- Das Problem so vieler Menschen ist ihr Ego. In dem Maße, wie sie sich von dem System des universellen Ganzen getrennt haben, machen sie ihr Ding auf Kosten der eigenen Gesundheit und des Wohlbefindens, auf Kosten der Gesundheit und des Wohlbefindens von anderen sowie auf Kosten von Mutter Erde. Durch die Harmonisierung von Körper, Geist und Seele, dem Weg in die Stille und nach innen

tragen sie zunehmend dazu bei, dass sie zum Segen für die Menschheit und für Mutter Erde werden.

Verpflichtende Indikatoren
Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes:
Erfüllte Bedürfnisse:

- Grundbedürfnisse (ca. 95 %)
- Statussymbole bzw. Luxus (ca. 5 %, die entstehen daraus, dass es sicher Menschen/Klient*innen gibt, die Angebote aus Luxus und weniger als Grundbedürfnis in Anspruch nehmen, z.B. Shiatsu-Massagen – doch wo sollte die Grenze gezogen werden?)

Dient der Entwicklung…

- Der Menschen (100 %)
- Der Erde/Biosphäre (indirekte Wirkung in erheblichem Umfang)

Löst soziale oder ökologische Probleme laut UN-Entwicklungszielen (indirekte Wirkung in erheblichem Umfang)
Nutzen der Produkte/Dienstleistungen:

- Mehrfachnutzen bzw. einfacher Nutzen (100 %)
- Hemmender bzw. Pseudo-Nutzen (0 %)
- Negativnutzen (0 %)

Bewertungsstufe: vorbildlich

Verbesserungspotenziale/Ziele:
Die Angebote bieten Sinn und haben gesellschaftliche Wirkung per se. Inwieweit, mit welcher Intensität und Folgewirkung das geschieht, kann naturgemäß nicht beurteilt werden. Es ist somit ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess, der vor allem von den Therapeut*innen und Praktiker*innen ausgeht.

E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen
In welcher Form helfen die Produkte und Dienstleistungen, die Gemeinschaft im Privat- und Berufsleben zu stärken?
Ausgeglichenere, gesündere Menschen tragen zum eigenen Wohl und zum Wohl aller bei

Welche Interessengruppen werden durch Aktivitäten außerhalb des Unternehmens erreicht? Durch welche Maßnahmen?
Ausgeglichenere, gesündere Menschen richten verstärkter ihren Blick nach außen, um sich aktiv für Mensch und Umwelt einzusetzen. Das kann sich in ehrenamtlichen Tätigkeiten der verschiedensten Formen und Art und Weisen erstrecken, Mitwirkung bei Greenpeace, Parteien, NGOs usw. usw.

Was bewirken die Maßnahmen konkret – vom Wissen über Einstellungsänderung über eine Änderung der Verhaltensmotive bis hin zu Lebenstiländerungen?
Hauptziel ist „Achtsamkeit“. Bewusstheit schaffen. Felder dazu sind: Selbstliebe, Beziehungen leben, in die Stille kommen anstatt in den Lärm im außen durch Rede und Gegenrede, Konflikte, Streite, Krieg

Verpflichtende Indikatoren

- **Art und Anzahl der Aktivitäten/Maßnahmen pro Jahr**

a) Das gesamte Volumen an Einzel-/Gruppenbehandlungen, Hauptarbeitsfelder der Teammitglieder, darüber hinaus:

b) Ca. 40 „Kreative Donnerstage“ im Jahr mit Themen der Sozialhygiene, des Umweltschutzes, dem persönlichen Wachstum
c) 1 Tag der offenen Tür. Kostenlose Angebote der Teammitglieder
d) 2 Messeauftritte (Esoterikmesse Köln)

Anzahl der erreichten Menschen, z.B. Leser*innen, Besucher*innen

Zu a) ca. 150 Menschen
Zu b) ca. 200 Menschen
Zu c) ca. 100 Menschen
zu d) ca. 2 000 Menschen

Bewertungsstufe: erfahren

Verbesserungspotenziale/Ziele:
Verstärkter Fokus auf Engagement und Ehrenamt. Z.B. Flüchtlingshilfen im Viertel, Organisation von Seniorenhilfen (im Kontakt mit Seniorennetzwerk Weiden). Kostenlose Angebote für Angebotsnachfrager ohne finanziellen Rückhalt.

Negativ-Aspekt E1.3 Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen
Welche direkten und indirekten negativen Auswirkungen haben die Produkte und Dienstleistungen auf das Leben und die Gesundheit von Lebewesen?
Keine
Welche Auswirkungen haben sie auf die Freiheit von Menschen und auf die Biosphäre unseres Planeten?
Nur positive

Verpflichtende Indikatoren
Umsatzanteil der hier aufgelisteten unethischen Produkte und Dienstleistungen
0 %
Kund*innenanteil, die ihrerseits derartige Produkte und Dienstleistungen herstellen bzw. vertreiben
0 %

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

E2.1 Steuern und Sozialabgaben

Berichtsfragen
Welchen direkten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen zur Sicherung des Gemeinwesens (z.B. in Form von Ertragssteuern, lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen?
Körperschafts-/Gewerbesteuer/Sozialabgaben
Sabine Schönbrunn-Otto und ich, Klaus Otto, leisten Einkommensteuer, Solidaritätszuschlag, Kirchensteuer. Ca. 20 000 €,
übrige Teammitglieder, ca. 6000 €

Welche direkten materiellen Unterstützungen erhält das Unternehmen vom Gemeinwesen (z.B. unternehmensbezogene Subventionen und Förderungen)?
Keine

Welchen indirekten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und die damit verbundenen Steuern und Abgaben (Lohnsteuer und Sozialversicherungsbeiträge der Mitarbeitenden)?
1 Mitarbeitende – Minijob, 5400 € im Jahr brutto, macht ca. 600 € Sozialabgaben

Verpflichtende Indikatoren
Einnahmen aller Teammitglieder in 2017 = 130 000 €
70 % Anteil Teammitglieder = 91 000 €
30 % Anteil Genossenschaft = 39 000 €
Von 91 000 € Leistungen an Staat für Steuern und Abgaben, ca. 28 % = 25 500 €
Nettoabgabenquote: Darin sollen folgende Beiträge eingerechnet werden:

- Effektiv gezahlte Einkommensteuer (Einkommen, Körperschaftssteuer) der Genossenschaft = 0 €, da Verluste erwirtschaftet
  Effektiv gezahlte Einkommensteuer (Einkommen, Körperschaftssteuer) der Teammitglieder sowie Sozialabgaben = ca. 25 500 €
- Lohnsummenabhängige Steuern und Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitgeber*innen: ca. 600 €
  Sabine Schönbrunn-Otto und ich sind privat krankenversichert, demzufolge erfolgt keine Leistung in die solidarische gesetzliche KV. Auch die anderen Leistungen z.B. zur Sicherung der Rente erfolgen privat.
- Differenz aus Brutto- und Nettolohnsumme (Summe der Lohnsteuer und SV-Beiträge der unselbständig Beschäftigten), abzüglich aller unternehmensbezogener Subventionen und Förderungen, ca. 0 €, da brutto für netto. Gesonderter, vom Arbeitgeber zu leistender SV Anteil = ca. 600 €

Diese Netto-Abgaben werden auf die ausgewiesene Wertschöpfung (Gewinn vor Steuern plus Fremdkapitalzinsen plus Einnahmen aus Mieten und Verpachtung) bezogen und ergeben damit die Netto-Abgabenquote
Ca. 20 %

Bewertungsstufe: erfahren

Erwirtschaftung höherer Einnahmen mit dem Effekt der Zahlung höherer Steuern.

E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

Berichtsfragen

Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet (Erstellung einer Liste aller Aktivitäten mit geldwertem Umfang)

Teammitglieder leisten individuelle Hilfen und Unterstützungen sowohl finanzieller als auch tatkräftiger Art, kann nur für mich und meine Frau sprechen:

Klaus Otto:

Kostenlose Angebote für Leistungen im Unternehmen
Mitglied und Mitwirkung bei der Tafel in Wesseling
Mitglied im IHK Prüfungsausschuss Industriekaufleute
Netzwerk Achtsame Wirtschaft
Netzwerke Emotionale Kompetenz (in der Wirtschaft)
Unterstützung UNICEF, Organisation Miteinander-Füreinander in Wesseling; UNHCR, GWÖ, Naturfreunde, Jugendherbergsbewegung

Sabine Schönbrunn-Otto

Kostenlose Angebote für Leistungen im Unternehmen
Plant for Planet, Greenpeace, Missionsgemeinschaft Münsterschwarzach

Wie lässt sich der Eigennutzen dieser Maßnahmen in Relation zum gesellschaftlichen Nutzen bewerten?

Finanzieller Eigennutzen lediglich als Mitglied im Prüfungsausschuss, da dabei eine Aufwandsentschädigung anfällt.
Ansonsten sind alle übrigen Leistungen selbstlos. Lediglich der ideelle Nutzen steht den erbrachten Leistungen gegenüber und der übertrifft natürlich bei Weitem das Materielle.

Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens – oder lindern sie vorwiegend Symptome?

Nachhaltige Veränderungen durch die Beteiligung am Netzwerk Achtsame Wirtschaft, der GWÖ und dem Netzwerk Emotionale Kompetenz.
Die anderen Aktivitäten helfen die Symptome zu lindern

Wie gut sind diese Themen verankert? Welche Erfahrungen hat das Unternehmen damit bereits gesammelt? Wie stabil ist das Engagement?

Bekanntheitsgrad wächst, durch Verankerung im Unternehmen. Kreativer Donnerstag zur GWÖ. Achtsame Strategien z.B. während Klausuren und Strategiesitzungen.
Im Übrigen werden die Ansätze durch Klaus Otto umgesetzt in Programme des Betrieblichen GesundheitsManagements = iBGM, da steht „i“ für innovativ und bedeutet Kulturveränderungen in Unternehmen und Verwaltungen durch Praktizierung von Achtsamkeit.

Wie sieht die Gesamtstrategie oder Vision für das ehrenamtliche Engagement aus?
Klaus Otto: Verstärkung des Ehrenamts in Bereichen GWÖ, NAW und Netzwerk Soziale Kompetenz. Beiträge für ein sozialeres Miteinander und zur Rettung des Planeten Erde. Ansonsten erfolgen die Beiträge entsprechend des (welt-)gesellschaftlichen Bedarfs.

Verpflichtende Indikatoren
Geldwerte freiwillige Leistung für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen (in % des Umsatzes bzw. der Gesamtjahresarbeitszeit)

Aufgerechnet dürften die ehrenamtlichen Leistungen von Klaus und Sabine in 2017 bzw. 2018 jeweils jährlich bei 10 – 15 000 € liegen.

Bewertungsstufe: erfahren

Verbesserungspotenziale/Ziele:
Verstärktes ehrenamtliches Engagement, wobei es nicht um Gießkannenhilfen geht, sondern gezielter Einsatz bei Projekten. Da dürfte die Wirkung in den Organisationen GWÖ, NAW und Emotionale Kompetenz am Höchsten sein.

Negativ-Aspekt E2.3 Illegitime Steuervermeidung

Berichtsfragen

Welche Risiken bestehen im Unternehmen bezüglich illegitimer Steuervermeidung? Folgende Aspekte sind dabei besonders zu berücksichtigen:

- **Werden Gewinne zwischen Ländern verschoben? Was ist die Grundlage dafür?**
- **Werden Zinsen, Lizenzgebühren oder sonstige Abgeltungen für immaterielle Leistungen an Unternehmen in anderen Ländern gezahlt?**
- **Gibt es Geschäftspartner*innen in sogenannten Steueroasen?**
- **Besteht das Risiko, dass im Zuge der Finanztransaktionen Gelder undokumentiert in private Kanäle fließen oder Schwarzgeld gewaschen wird?**
- **Sind die wirtschaftlichen Begünstigten aller Geschäfts- und Finanzpartner*innen offen deklariert?**
- **Sind die internationalen Finanztransaktionen transparent? Gibt es ein länderspezifisches Reporting?**
- **Welche Maßnahmen wurden im Unternehmen ergriffen, um diese Risiken zu bekämpfen?**

Die Fragen haben alle keine Relevanz

Verpflichtende Indikatoren

ist das Unternehmen Teil eines internationalen Konzerns, agiert es im Verbund mit anderen internationalen Partner*innen oder nimmt es an der digitalen Ökonomie (länderübergreifend) teil? In diesem Fall muss eine Offenlegung aller Niederlassungen, verbundenen Unternehmen oder Geschäftspartner*innen im Ausland, zu denen ein erheblicher Teil des Umsatzes (ab 10 %) abfließt, erfolgen.

- **Umsatz**
- **Wertschöpfung: Gewinn vor Steuern plus Fremdkapitalzinsen plus Einnahmen aus Vermietung und Verpachtung**
- **Veranlagungsvolumen**
- **Anzahl der Beschäftigten, Bruttolohnsumme, Nettolohnsumme**

- **Steuerleistung und Sozialabgaben (gegliedert nach Abgabenarten: Ertragssteuern, Lohnsummensteuer etc.)**
- **Fördersumme**
- **Zinszahlungen und Zahlungen für immaterielle Leistungen (v.a. Lizenzgebühren) an ausländische Niederlassungen oder Partner*innen**

Die Indikatoren treffen alle nicht zu

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Verbesserungspotenziale:

Negativ-Aspekt E2.4 Mangelnde Korruptionsprävention

Berichtsfragen

Welche Korruptionspraktiken bestehen im Unternehmen, bei den Lieferant*innen und Kund*innen?
Welche Maßnahmen wurden in den Bereichen Einkauf und Verkauf eingesetzt, um Korruption effektiv zu verhindern?
Wie sorgfältig wird mit Kontakten zu Amts-und politischen Entscheidungsträger*innen umgegangen?
Welche Lobbying-Aktivitäten betreibt das Unternehmen?
Welche Spenden erfolgen seitens des Unternehmens an politische Parteien?
Wie wird Bewusstseinsbildung bei den Mitarbeitenden betrieben?
Wie werden in den Entscheidungsprozessen Vorkehrungen gegen Korruption getroffen?
Wie werden Interessenskonflikte (persönliche Interessen gegenüber Firmeninteressen) sichtbar gemacht, und welche entsprechenden Verhaltensregeln gibt es?
Alles irrelevant

Verpflichtende Indikatoren

- Erfolgt eine Offenlegung von Parteispenden?
  Ja, Mitglied bei der SPD, Beiträge und Spenden sind bekannt

- Erfolgt eine Offenlegung aller Lobbying-Aktivitäten (Eintragung ins Lobbying-Register) und Lobbying-Aufwendungen
  Keine Relevanz

- Werden Mitarbeitende aufgefordert, Korruption anzuzeigen, und wird ihnen entsprechender Schutz (Anonymität) zuteil?
  Keine Relevanz

- Gibt es eine Zweckbindung und Kontrolle des Budgets für soziale und gesellschaftliche Zwecke (siehe den Positivaspekt wirksame Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens)?

Indikatoren ohne Relevanz
Im Berichtszeitraum wurde verbessert:
Verbesserungspotenziale:

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie

Berichtsfragen

Welche negativen Umweltwirkungen haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse? Dabei sind vor allem die folgenden definierten Standardwirkungskategorien und deren Auslöser zu beachten:

- Klimawirksame Emissionen (CO_2, N 2, O, CH 4)
- Feinstaub und anorganische Emissionen
- Emissionen von Chlorfluorkohlenwasserstoffen (Abbau der Ozonschicht)
- Emissionen, die zur Versauerung beitragen (NO x, SO x, CO_2)
- Emissionen, die die fotomechanische Bildung von Ozon fördert (organische Verbindungen, NO x, SO x)
- Ionisierende Strahlung
- Emission bzw. Verwendung toxischer Stoffe
- Düngung in der Landwirtschaft (Eutrophierung)
- Landverbrauch
- Wasser- und Mineralienverbrauch (Ressourcenerschöpfung)

Die Teammitglieder sind sich ihrer Verantwortung für den Klimawandel bewusst. Unter den verpflichtenden Indikatoren ist die CO_2 Bilanz für NAVISANA dargestellt mit mittel und langfristigen Perspektiven.

Welche Daten zu den- im jeweiligen Unternehmen relevanten – Umweltwirkungen Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?

Daten werden erhoben für Strom-, Gas- und Wasserverbrauch, allerdings zum Zweck der Abrechnung. In Anspruch genommen werden die klassischen Kölner Anbieter: Rheinenergie und GVG. Verbrauch und Kosten befinden sich in einem „normalen“ Rahmen. Auf die Wahl von Billiganbietern wird aus Gründen der Versorgungssicherheit bewusst verzichtet.
Es erfolgt eine Mülltrennung. Die Entsorgung erfolgt durch ein Unternehmen der Stadtwerke Köln, dem AWB (Abfall-/Wirtschafts-/Betrieb). Alle erhobenen Daten werden nicht veröffentlicht.

Weiteres unter den verpflichtenden Indikatoren bzgl. der NAVISANA CO_2 Bilanz

Verpflichtende Indikatoren

Entsprechend dem Tätigkeitsfeld des Unternehmens sind relevante Umweltkonten zu berichten:
Umweltkonto | gemessen in

- Ausstoß klimawirksamer Gase | kg **(siehe CO_2 Bilanz)**
- Transporte (und dessen CO 2-Äquivalent) | km bzw. kg **(siehe CO_2 Bilanz)**
- Benzinverbrauch (und dessen CO 2-Äquivalent) | Liter bzw. kg **(siehe CO_2 Bilanz)**
- Stromverbrauch (und dessen CO 2-Äquivalent) | kWh bzw. kg **(siehe CO_2 Bilanz)**
- Gasverbrauch (und dessen CO 2-Äquivalent) | kWh bzw. kg **(siehe CO_2 Bilanz)**
- Heizenergie (in Bezug auf die jeweilige Durchschnittstemperatur | kWh/^oC
- Verbrauch von Trink- und Regenwasser | m3 **60 m^3**
- Chemikalienverbrauch (giftig, ungiftig) | kg **(erfolgt nicht)**

- Papierverbrauch | kg **(achtsamer Verbrauch, ca. 15 kg**
- Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien | kg **(erfolgt nicht)**
- Kunstllichteinsatz | Lumen, kWh **(alle Lichtquellen produzieren Licht gemäß der EU Verordnung)**
- Schadstoffemissionen und sonstige Umweltwirkungen | entsprechend der jeweiligen Standardwirkungskategorie **(erfolgt nur in geringem Umfang)**

Die jeweiligen Messwerte sollten auf betrieblich relevante Kerngrößen umgelegt werden (z.B. kg CO 2 pro mitarbeitender Person oder bezogen auf den Umsatz). Die Bezüge können dann zur Überprüfung der Erreichung des Ziels „Reduzierung“ genutzt werden.

Die nachstehende Bilanz ergibt sich aus dem Umweltverhalten aller Teammitglieder im NAVISANA unter den im NAVISANA gegebenen Bedingungen, Rechner des Bundesumweltamtes:

Heizung = Abrechnung GVG für 2017 NAVISANA
Strom = Abrechnung Rheinenergie für 2017 NAVISANA
Mobilität = Einschätzung des Mobilitätsverhaltens der Teammitglieder (Fahrzeuge, Fahrrad, ÖPNV usw.)
Ernährung = Einschätzung des Ernährungsverhaltens der Teammitglieder (Ernährungsform, Nutzung regionaler, saisonaler Produkte usw.)
Ständiger Konsum = Einschätzung des ständigen Konsums (Budget, Hotelübernachtungen, Kaufkriterien, Kaufeigenschaften) der Teammitglieder
Öffentliche Emissionen = Algorithmus aus den konkreten Daten auf zwangsläufig sich ergebende öffentliche Emissionen

CO_2-Ausstoß	**Meine Bilanz**	**Strategie**		
	Heute	**Kurzfristig**	**Mittelfristig**	**Deutschland 2050**
Heizung	0,67 t	0,76 t	0,67 t	0,17 t
Strom	0,27 t	0,22 t	0,08 t	0,04 t
Mobilität	11,26 t	7,39 t	5,43 t	0,26 t
Ernährung	1,79 t	1,30 t	0,97 t	0,52 t
Sonstiger Konsum	3,19 t	2,06 t	1,20 t	0,15 t
Öffentliche Emissionen	0,73 t	0,61 t	0,30 t	0,01 t
Ergebnis	17,91 t	12,33 t	8,65 t	1,16 t

Bewertungsstufe: vorbildlich
Im Rahmen der Möglichkeiten

Streng nach den Beschreibungen der Bewertungsstufen: Basislinie

E3.2 Relative Auswirkungen

Berichtsfragen
Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Herstellprozesse im Vergleich..

- **Zum Branchenstandard bzw. Stand der Technik**
- **Zu Mitunternehmen im selben Geschäftsfeld bzw. in der Region?**

Für NAVISANA in der Form irrelevant

Verpflichtende Indikatoren

- **Relevante Vergleichswerte bezüglich Umweltkonten oder Wirkungskenngrößen (siehe E3.1) in der Branche bzw. Region**

Keine validen Daten ermittelbar, irrelevant für NAVISANA

Bewertungsstufe: vorbildlich
Im Rahmen der Möglichkeiten

Streng nach den Beschreibungen der Bewertungsstufen: Basislinie

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

Berichtsfragen

Welche Betriebsgenehmigungen und zugehörigen Betriebsauflagen gibt es, und sind die Auflagen eingehalten?
Wie wird die Einhaltung der relevanten Gesetze und Verordnungen überwacht?
Werden diese eingehalten, oder sind Rechtsverstöße bekannt?
Welche Beschwerden bzw. Kontroversen mit Anrainer*innen bezüglich ökologischer Belastungen liegen vor?
Welche Kontroversen mit anderen Stakeholder*innen (zivilgesellschaftliche Initiativen, NGOs etc.) gibt es?
Wie ist der technische oder gesetzliche Standard vor Ort in Bezug auf andere Standorte des Unternehmens zu bewerten?

Keine validen Daten ermittelbar, irrelevant für NAVISANA

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Verbesserungspotenziale:

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

E4.1 Transparenz

Berichtsfragen

Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst?
Bilanz und G+V Rechnung; Jahresbericht

In welcher Form wird darüber berichtet? (Umfang und Tiefe, Art der Publikation)?
Generalversammlung, 1x jährlich

Wird der Bericht durch eine unabhängige Stelle kritisch überprüft?
Erstellung durch Steuerberater. Prüfung durch das Finanzamt. Weil NAVISANA eine Genossenschaft ist, ebenso durch die Prüfgesellschaft für kleine und mittlere Gesellschaften (PkmG)
Wie einfach ist der Bericht für die Öffentlichkeit zugänglich?
Veröffentlichung im Bundesanzeiger. Darüber für Öffentlichkeit zugänglich

Verpflichtender Indikator
Veröffentlichung eines Gemeinwohl-Berichts oder gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung
Jahresabschluss wird im Bundesanzeiger veröffentlicht

Bewertungsstufe: vorbildlich

Aspekt E4.2: Gesellschaftliche Mitentscheidung

Berichtsfragen

Wie können Bürger*innen in Dialog treten und sich an einem offenen, macht- und sanktionsfreien Argumentationsaustausch beteiligen?
NAVISANA bietet z.B. kreative Donnerstage an, 1 x monatlich. Dort können sich Interessierte kostenlos beteiligen und ihre Meinung zu gesellschaftsrelevanten Themen äußern: Die Themen betreffen Aspekte der Achtsamkeit im Hinblick z.B. auf die Ökologie im Allgemeinen. Alle anderen Themen betreffen die Interessierenden selbst – Erhöhung der Achtsamkeit, z.B. Gewaltfreie Kommunikation, Radikale Vergebung oder „Ein Kurs in Wundern“

Wie können gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?
Kunden, Lieferanten, Mitarbeitende, Kapitalgeber können alle auftretenden legitimen Interessen im direkten Dialog zur Sprache bringen

Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert, und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?

- Kunden, Bewertungen z.B. über Jameda (Bewertungsportal im Internet)
- Lieferanten, ggf. Mahnungen (kommt nur versehentlich und damit äußerst selten vor)
- Mitarbeitende (wie unter D 1 beschrieben)

- Kapitalgeber (wie unter B 1 beschrieben, Generalversammlung = Austauschforum)

Verpflichtende Indikatoren

- **Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen (in % der relevanten Entscheidungen, je nach Mitbestimmungsgrad)**
  Vorgenannte Feedbackprozesse sorgen für eine erhöhte Achtsamkeit bei den Teammitgliedern. % Anteile können aufgrund des Unternehmenstyps von NAVISANA aus Effektivitätsgründen nicht erhoben werden

- **Ist eine institutionalisierte Infrastruktur des Dialogs (z.B. Ethikforum, Ethikkommitee) vorhanden? Ja/Nein**
  Nein

Bewertungsstufe: vorbildlich
Im Rahmen der Möglichkeiten

Streng nach den Beschreibungen der Bewertungsstufen: Basislinie

Die Verfahren erfolgen in optimaler Art und Weise. Die hier gestellten Fragen betreffen die Teammitglieder in ihrer verantwortlichen Haltung zum Umgang mit Ressourcen und der Beeinflussung der Erde zur Vergrößerung des ökologischen Fußabdrucks. Da können, weil es sich um Prozessveränderungen handeln, sinnhaft keine quantifizierten Größen ermittelt werden. Dennoch sind sich die Teammitglieder ihrer Vorbildfunktion bewusst und erhöhen somit die ständig ihre Sensibilität des Denkens, Fühlens und Handelns.

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

Berichtsfragen

Welche Informationen über das Unternehmen entsprechen nicht der unternehmensinternen Realität? Wo gibt es wesentliche Differenzen und wieso?
Inwiefern wird durch das Unternehmen die öffentliche Meinung direkt oder indirekt durch Fehlinformationen beeinflusst?
Worin widersprechen die Veröffentlichungen des Unternehmens dem wissenschaftlich gesicherten Forschungsstand oder der allgemeinen Erklärung der Menschenrechte?

Kein Handlungsbedarf

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Verbesserungspotenziale:

Ausblick

Kurzfristige Ziele

Schwerpunkte der Arbeit liegen in der Sparte „Ihr Heilzentrum“ auf der Gesundheitsvorbeugung/-erhaltung, der Therapie und in der Sparte „Für Unternehmen“ dem innovativen Betrieblichen Gesundheitsmanagement. Im Jahr 2019 Rückkehr von der Rechtsform Genossenschaft zur GbR. (Genossenschaft: NAVISANA eG i.L. = in Liquidation). Leiterin des Bereichs „Ihr Heilzentrum“ = Sabine Schönbrunn-Otto mit der Bildung von Praxisgemeinschaften mit den zurzeit im NAVISANA befindlichen Genossenschaftsmitgliedern.

In der Sparte „Für Unternehmen“ mit dem Leiter: Klaus Otto, Beibehaltung des Genossenschaftsgedankens (wenn auch ohne deren juristischen Ausdruck). Entwicklung von Konzepten des Betrieblichen Gesundheitsmanagements, auf der Basis der Gemeinwohlökonomie. Klaus Otto = Berater der Gemeinwohlökonomie, noch in 2018.

Langfristige Ziele?

Auf der Basis der Gemeinwohlökonomie Kontaktierung mit interessierten Unternehmer*innen. Gewinnen der Unternehmer*innen zur Erstellung der Gemeinwohlbilanz. Implementierung von NAVISANA Programmen des betrieblichen Gesundheitsmanagements zur Verbesserung der defizitären unternehmerischen Bereiche, vor allem hinsichtlich: Menschenwürde, Gerechtigkeit und Solidarität, Transparenz und Mitbestimmung.

NAVISANA Beitrag im Rahmen der GWÖ zur Transformation von Mikro-/Makroökonomie und Gesellschaft

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

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

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

Wir verwenden den GWÖ-Berichtsstandard für die Erfüllung der non-financial-reporting-Vorgaben, weil der GWÖ-Berichtsstandard universell, messbar, vergleichbar, allgemeinverständlich, öffentlich und extern auditiert ist.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Wer war bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz/ dem GWÖ-Bericht im Unternehmen involviert? Welche Stakeholder waren involviert? (Name, Position/ Verbindung zum Unternehmen)
Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?
Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

Erstellung der Gemeinwohlbilanz im Hinblick auf die Ausbildung zum Berater der GWÖ im Sept./Nov. 2018 in Wien. Alleinige Erstellung in Kommunikation i.W. mit Ehefrau Sabine, Befragungen der Teammitglieder und der Mitarbeitenden

Zeitbudget, ca. 150 Stunden

Freiwillige Offenlegung

Datum: 30. April 2019