



Gemeinwohl-Bericht 2023 - 2024

Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Informationen zum Unternehmen.....	4
Kurzpräsentation des Unternehmens.....	4
Das Unternehmen und Gemeinwohl.....	6
Testat.....	8
Lieferant*innen.....	9
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette.....	10
A1.1 Menschenwürde in der Zulieferkette.....	10
A1.2 Negativ-Aspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette.....	12
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette.....	13
A2.1 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette.....	13
A2.2 Negativ-Aspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen.....	14
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette.....	15
A3.1 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette.....	15
A3.2 Negativ-Aspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette.....	17
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette.....	18
A4.1 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette.....	18
Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen.....	19
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln.....	20
B1.1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln.....	20
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln.....	21
B2.1 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln.....	21
B2.2 Negativ-Aspekt: Unfaire Verteilung von Geldmitteln.....	22
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung.....	23
B3.1 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung.....	23
B3.2 Negativ-Aspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen.....	24
B4 Eigentum und Mitentscheidung.....	25
B4.1 Eigentum und Mitentscheidung.....	25
B4.2 Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahme.....	26
Mitarbeitende.....	27
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz.....	28
C1.1 Menschenwürde am Arbeitsplatz.....	28
C1.2 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen.....	30
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge.....	31
C2.1 Ausgestaltung der Arbeitsverträge.....	31
C2.2 Negativ-Aspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge.....	33
C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden.....	34
C3.1 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden.....	34
C3.2 Negativ-Aspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens.....	36
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz.....	37
C4.1 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz.....	37
C4.2 Negativ-Aspekt: Verhinderung des Betriebsrates.....	37

Kund*innen und Mitunternehmen	38
D1 Ethische Kund*innenbeziehungen.....	39
D1.1 Ethische Kund*innenbeziehung	39
D1.2 Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen	42
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	43
D2.1 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	43
D2.2 Negativ-Aspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen	46
D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	47
D3.1 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	47
D3.2 Negativ-Aspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen	49
D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz	50
D4.1 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz	50
D4.2 Negativ-Aspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen	51
Gesellschaftliches Umfeld	52
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen.....	53
E1.1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen.....	53
E1.2 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen	55
E2 Beitrag zum Gemeinwesen.....	56
E2.1 Beitrag zum Gemeinwesen	56
E2.2 Negativ-Aspekt: Illegitime Steuervermeidung.....	57
E2.3 Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention	57
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen.....	58
E3.1 Reduktion ökologischer Auswirkungen.....	58
E3.2 Negativ-Aspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen	59
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	60
E4.1 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung.....	60
E4.2 Negativ-Aspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation.....	61
Ausblick	62
Kurzfristige Ziele	62
Langfristige Ziele.....	62
EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Richtlinie zur nichtfinanziellen Berichterstattung nach 2014/95/EU).....	62
Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz	63
Anhang.....	64
Anhang 1: Anmerkungen zu Angaben im GWB-Rechner	64
A: Lieferant*innen	64
B: Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen.....	64
C: Mitarbeitende.....	64
D: Kund*innen und Mitunternehmen.....	64
E: Gesellschaftliches Umfeld	64
Anhang 2: Liste der Anlagen und Referenzen	67

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname DAS HELDEN ATELIER

Eigentum- und Rechtsform Einzelunternehmen

Website www.helden-atelier.de

Branche Unternehmensberatung

Firmensitz Deutschland

Bilanztyp Kompaktbilanz nach Gemeinwohl-Matrix 5.0.1

Berichtszeitraum 01.01.2023 bis 31.12.2024

Gesamtanzahl der Mitarbeitenden 1 Personen

Vollzeitäquivalente 1 FTE
EPU

Umsatz 27.665 € (2024)

Jahresüberschuss 14.673 € (2024)



Kurzpräsentation des Unternehmens

Mit DAS HELDEN ATELIER verfolge ich das Ziel, Unternehmen dabei zu unterstützen und zu begleiten, sich gemeinwohl-orientiert auszurichten. Mit der Spezialisierung auf Unternehmen des Gastgewerbes, hoffe ich bzw. strebe an, zu der Zukunftsfähigkeit der Branche einen Beitrag leisten zu können. Während meiner beruflichen Laufbahn, konnte ich die Branche des Gastgewerbes, im Inland aber auch international (USA, Vereinigte Arabische Emirate), über viele Jahre intensiv kennenlernen – mit allen schönen Seiten aber auch mit seinen vielfältigen Problemen. Ich bin überzeugt, dass ein zukunftsfähiges Gastgewerbe möglich ist und begleite und unterstütze Unternehmen mit Freude dabei, ein Teil der Lösung zu sein bzw. zu werden.

Im Jahr 2021 habe ich das Einzelunternehmen DAS HELDEN ATELIER gegründet und, neben meiner angestellten Tätigkeit, langsam aufgebaut. Seit Juli 2022 widme ich mich dem Unternehmen in Vollzeit. Meine Beratungsleistung fokussiert sich dabei auf drei wesentliche Säulen:

1. **Beratung für die Zertifizierung nach Gemeinwohl-Ökonomie:** Als *Gemeinwohl-Beraterin* unterstütze ich Organisationen bei allen Schritten auf dem Weg zur Erstellung eines Gemeinwohl-Berichtes bis hin zur Veröffentlichung einer Gemeinwohl-Bilanz. Ich begleite Organisationen durch alle Phasen der Bilanzerstellung und gebe fachlichen Input hinsichtlich möglicher Veränderungspotentiale.
2. **Nachhaltigkeitsberatung und Strategieentwicklung:** Als *Change Agent für Nachhaltigkeit* unterstütze ich gastgewerbliche Unternehmen bei der Erstellung und Umsetzung eines organisationsspezifischen Nachhaltigkeitskonzepts, einschließlich Leitbild- und Strategieentwicklung und berate hinsichtlich bzw. begleite bei den notwendigen Umsetzungsschritten. Dabei kann sich die Beratung sowohl auf die ganze Organisation als auch auf Teilaspekte, (z.B. soziale Nachhaltigkeit, Transparenz und Partizipation, etc.) beziehen.
3. **Bildung:** Als (*Gast-*) *Dozentin* an Hochschulen sensibilisiere ich junge Menschen bereits vor dem Eintritt ins Berufsleben für die Themen Nachhaltigkeit und Gemeinwohl-Ökonomie.

Ziel meiner Beratungsaktivitäten ist es, die Geschäftspraktiken und -modelle gemeinsam mit den Organisationen und relevanten Stakeholdern zu analysieren, deren unternehmerisches Handeln und Wirtschaften an nachhaltigen und gemeinwohl-orientierten Prinzipien auszurichten und die Organisation so zukunftsfähig aufzustellen.

Ich bin der festen Überzeugung, dass Organisationen mit einer klaren Nachhaltigkeitsstrategie nachweislich resilienter sind, ihre Wettbewerbsfähigkeit erhöhen, das Unternehmensimage verbessern und die Zufriedenheit der Mitarbeitenden steigern. Nachhaltig handelnde Organisationen haben eine Signalwirkung auf Kund*innen, Lieferant*innen und Mitbewerber*innen. Sie zeigen,

dass sie die richtigen Prioritäten setzen und Entscheidungen langfristig treffen. Dadurch ergeben sich Wettbewerbsvorteile und Alleinstellungsmerkmale.

Die Entwicklung und langfristige Umsetzung einer nachhaltigen Strategie ist immer ein Organisationsentwicklungsprozess. Diesen Prozess möchte DAS HELDEN ATELIER durch fachliche Expertise sowie Prozess- und Methodenkompetenz unterstützen und Organisationen helfen, unternehmerische Nachhaltigkeit im eigenen Kontext zu verstehen, geeignete Maßnahmen abzuleiten und partizipativ mit allen relevanten Stakeholdern umzusetzen.

Für mich ist die Gemeinwohlbilanzierung von Beginn an das zentrale Element meiner eigenen Organisationsentwicklung. Sie dient gleichwohl zur Reflexion als auch zur Dokumentation der Unternehmensentwicklung.

Kontaktperson für die GWÖ-Bilanzierung von DAS HELDEN ATELIER:

Sandra Wacker - Gründerin und geschäftsführende Inhaberin

DAS HELDEN ATELIER

Tel: +49 152 080 56 721

Email: sandra.wacker@helden-atelier.de

Produkte / Dienstleistungen

Produkt / Dienstleistung	Anteil am Umsatz (in %)
Beratung für die Zertifizierung nach Gemeinwohl-Ökonomie	70
Nachhaltigkeitsberatung und Strategieentwicklung	20
Bildung (GWÖ & Nachhaltigkeit im Gastgewerbe)	10

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Welchen Bezug hat Ihr Unternehmen zur Gemeinwohl-Ökonomie?

Im Jahr 2020 bin ich über einen Vortrag des Gemeinwohl-Beraters Werner Furtner intensiv mit der GWÖ-Bewegung in Kontakt gekommen und habe mich in Folge der GWÖ-Regionalgruppe München angeschlossen. Dort arbeite ich seitdem aktiv und ehrenamtlich in der Fokusgruppe Unternehmen. Im Herbst 2020 habe ich mich dazu entschieden, mein Angestelltendasein gegen die Selbständigkeit einzutauschen und mein eigenes Unternehmen, DAS HELDEN ATELIER, auf Basis der Gemeinwohl-Ökonomie aufzubauen. Im Frühjahr/Sommer 2021 konnte ich den GWÖ-Lernweg absolvieren und durfte seitdem schon zahlreiche Unternehmen bei ihrer GWÖ-Bilanzierung begleiten, sei es in einer PeerGroup oder auch als Einzel- oder Tandembegleitung.

Welche Aktivitäten bzw. welches GWÖ-Engagement gab es im letzten Jahr vor der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz?

2024

- Teilnahme an GWÖ-Berater*innen Treffen (DACH-Region sowie Bayern)
- Peer Gruppen Begleitung (vier Münchener Unternehmen) im Beraterinnen-Tandem mit meiner geschätzten Kollegin Kerstin Trümper Kumaus
- Peer Gruppen Begleitung (3 Unternehmen) in Kooperation mit der HS München
- Einzelbegleitung zur Re-Bilanzierung (2 Unternehmen)
- Begleitung Re-Bilanzierungs-Peer Gruppe (3 Unternehmen) im Tandem
- Ehrenamtliche Tätigkeit in der RG München, Fokusgruppe Unternehmen

2023

- Teilnahme an GWÖ-Berater*innen Treffen (DACH-Region sowie Bayern)
- Peer Gruppen Begleitung (sieben Münchener Unternehmen) im Tandem
- Hospitanz beim Audit der TRESS BRÜDER durch Roland Wiedemeyer
- Ehrenamtliche Tätigkeit in der RG München, Fokusgruppe Unternehmen

Wer ist die Kontaktperson im Unternehmen für die GWÖ (inkl. Kontaktdaten)?

Sandra Wacker

sandra.wacker@helden-atelier.de

Tel: +49 152 080 56 721

Anhangvorschau



Dieses Zertifikat bestätigt die Gültigkeit des durchlaufenen GWÖ Peerevaluationsprozesses und berechtigt zum Führen des Logos:



Zertifikat: **Peerevaluation** **Gemeinwohl-Bilanz** **DAS HELDEN ATELIER**
M5.0 Kompaktbilanz **01.01.2023 – 31.12.2024** **AbPE-AS-2025-2**
 zert. Begleiter*in **Armin Schmelzle** **Beteiligte Peerguppen Firmen**

- Supervision Aigner, München
- Manfred Igel UOPe, Karlsruhe

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 30 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 40 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 50 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 20 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 90 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 30 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: . / .	B4 Eigentum und Mitentscheidung: . / .
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 50 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 40 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 80 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: . / .
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 50 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 40 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 40 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 20 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 50 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 20 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 40 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 50 %
			Zertifikat gültig bis 31.03.2027	BILANZSUMME: 413

Mit diesem Zertifikat wird die Peerevaluation des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Zertifikat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. ZertifikatID: dajo2
 Nähere Informationen zur Matrix und dem Peersystem finden Sie auf www.econgood.org

Hamburg, 09.04.2025

Gus Hagelberg and Markus Müllenschläder / Executive Directors
International Federation for the Economy for the Common Good e.V, VR 24207



Berühungsgruppe A

Lieferant*innen

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

A1.1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche Produkte/Dienstleistungen werden zugekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferant*innen ausgewählt?
- Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette überprüft bzw. evaluiert?
- Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

Als Einzelunternehmerin im Dienstleistungssektor habe ich zwar nur eine begrenzte Anzahl an Lieferant*innen, dennoch ist das Thema „Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen“ auch für Kleinstunternehmen von Bedeutung. Ich setze mich aktiv mit der Auswahl meiner Lieferant*innen auseinander und entscheide mich – wann immer möglich – für Unternehmen, die idealerweise gemeinwohlorientiert oder nachhaltig ausgerichtet sind. Ein weiteres Kriterium bei meiner Entscheidung ist die Qualität der zugekauften Produkte und Dienstleistungen. Dadurch entsteht ein „Werte-Ranking“, nach dem ich meine Lieferant*innen auswähle:

- Gemeinwohlorientierte Unternehmen
- Nachweislich nachhaltig ausgerichtete Unternehmen
- Qualitäts-Garantie

Im Bereich **Mobilität** favorisiere ich öffentliche Verkehrsmittel und. Daher fahre ich, wo es mir möglich ist, mit der Deutschen Bahn (ich nutze eine BahnCard 50 für Reisen im Fernverkehr sowie das Deutschlandticket für den Nahverkehr). Berufliche Autofahrten kommen nur in Ausnahmefällen vor, wenn eine Bahnfahrt überdurchschnittlich umständlich und/oder zeitintensiv wäre. Berufsbedingte Reisen per Flugzeug habe ich noch keine getätigt.

Für beruflich bedingte **Übernachtungen** entscheide ich mich wenn möglich für nachweislich nachhaltig agierende Hotels wie z.B. das Biohotel Berghüs Schrott www.biohotel-schrott.de, das Gut Pohnstorf www.gut-pohnstorf.de, das Casa Viva Ecosleep www.casavivagarda.com oder auch für private Unterkünfte. Auf konventionelle Übernachtungsangebote greife ich nur zurück, wenn es keine passenden nachhaltigen Alternativen gibt.

In meiner Tätigkeit als Gemeinwohlerberaterin kooperiere ich gerne mit anderen Gemeinwohlerberaterinnen, insbesondere mit der Impulsgeberin, die bereits zwei GWÖ-Bilanzen veröffentlicht hat. Für Beratungstätigkeiten im Rahmen der GWÖ führe ich eine 10%-ige **Provision** an den Internationalen Verband der GWÖ ab.

Büromaterialien beziehe ich über Memo, die ökologische, sozialverträgliche und qualitativ höherwertige Produkte vertreiben und über diverse Zertifizierungen verfügen, wie etwa DIN EN ISO 9001 und 14001, FSC®, EG-Öko-Verordnung, GOTS (Global Organic Textile Standard), Grüner Knopf, etc. www.memo.de.

Fachbücher beziehe ich bevorzugt aus zweiter Hand, z.B. über Medimops www.medimops.de. Oder, falls aus zweiter Hand nicht verfügbar, bei unserer Buchhändlerin Platzbecker im Ort.

Bei **Lizenzen**, die für meine Arbeit unverzichtbar sind, lege ich Wert auf Qualität, daher fiel meine Wahl auf Zoom, Microsoft Office 365, Canva und das gemeinwohlorientierte Unternehmen Silberzebra mit dem Produkt goodbalancer www.goodbalancer.org.

Mitgliedsbeiträge bezahle ich an die GWÖ Bayern und an das Netzwerk Nachhaltige Gastronomie Berater*innen e.V.

Meine **Domain** habe ich beim Anbieter Biohost, ein Öko-Webdesign Hosting, das z.B. 100% Ökostrom bezieht www.biohost.de. Bei Updates für meine Domain werde ich von Feinkonzept aus Tirol unterstützt, ein EPU das vor allem mit einer individuellen und persönlich Betreuung punktet. www.feinkonzept.at

LinkedIn nutze ich gerne und oft im Bereich **Social Media**. Xing, Facebook & Instagram dagegen nur noch sehr spartanisch.

Zu **Werbezwecken** habe ich GoogleAds ausprobiert und nach kurzer Zeit wieder eingestellt.

Im Bereich **Energie** vertraue ich dem gemeinwohlabilanzierten Unternehmen Polarstern (100% Ökogas) www.polarstern-energie.de. Sowie Green Planet Energie, ehemals Greenspace Energy (100% Ökostrom) green-planet-energy.de.

Mein **Mobilfunkvertrag** läuft über das gemeinwohlabilanzierte Unternehmen WeTell www.wetell.de.

Internet beziehe ich von M-net, da nur dieser Anbieter ausreichend schnelles Internet in unserer Region zur Verfügung stellt.

Soziale Risiken in der Zulieferkette vollständig zu überwachen ist äußerst herausfordernd. Ich versuche, diese Risiken zu minimieren, indem ich bevorzugt mit Unternehmen zusammenarbeite, die gemeinwohlabilanzierter oder nachhaltig aufgestellt sind. Eine große Anzahl meiner Lieferant*innen beschäftigt sich intensiv mit Nachhaltigkeit und veröffentlicht Berichte, Messkriterien sowie Erfolge der vergangenen Jahre. Aus diesem Grund gehe ich davon aus, dass Verstöße gegen die Menschenwürde bei meinen Lieferant*innen nicht vorkommen.

Anteil der zugekauften Produkte/ Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen

2024

Branche	Ausgaben (in €)
M - Freiberufliche, wissenschaftliche und technische Dienstleistungen	7.774
H - Verkehr und Lagerhaltung	1.120
N - Administrative und unterstützende Dienstleistungen	1.689
S - Andere Dienstleistungen	1.533
I - Beherbergung und Gastronomie	924
Übrige Lieferanten	4.802

2023

Branche	Ausgaben (in €)
Übrige Lieferanten	13.956

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

2024

86 %

Produkte / Dienstleistungen	Euro	Anteil in %	A	B	C	Fairer Einkauf
Kooperationen	8.075 €	44	100%			44
Mobilität	1.977 €	11		100%		11
Domain	1.810 €	10			100%	10
Provision (int. Verband)	1.533 €	8,5	100%			8,5
Übernachtungen	1.270 €	7		80%		5,5
Beiträge/Lizenzen	865 €	5	10%			0,5
Fortbildungen	462 €	2,5	50%			1,25
Telefon & Internet	320 €	2	50%			1
Energie (Heizung/Strom)*	310 €	2		100%		2
Werbung	271 €	1,5				0
Bürobedarf	144 €	1	80%			0,8
Fachliteratur	116 €	0,5		80%		0,4
Sonstiges	999 €	5		30%		1,5
Summe Fremdleistungen	18.152 €	100				86,45

*anteilig berechnet auf Fläche des Arbeitszimmer (10% der Wohnfläche)

A: GWÖ-bilanzierte Unternehmen

B: Faire Bemühungen in Nachhaltigkeitsbericht dargestellt

C: Kenntnis des Unternehmens durch enge Zusammenarbeit

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Noch genauere Auswahl von Produkten/Dienstleistungen gemäß meiner Werte

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

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Menschenwürde in der Zulieferkette bei den wesentlichen Lieferant*innen nicht verletzt wird?

Ich bestätige, dass dieser Aspekt für DAS HELDEN ATELIER nicht zutrifft.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Berichtsfragen

Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?
Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

A2.1 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Durch meine Strategie, bevorzugt mit Unternehmen zusammenzuarbeiten, die nachweislich gemeinwohlabilanzieren oder nachhaltig aufgestellt sind, bleibt der faire und solidarische Umgang innerhalb der Zulieferkette im Fokus aller Beteiligten. Etwaige Missstände können bei den mir bekannten Lieferant*innen direkt thematisiert, diskutiert und im besten Fall behoben werden. Bei größeren Konzernen besteht die Möglichkeit, auf Probleme durch Kontaktaufnahme hinzuweisen. Sollte dies erfolglos bleiben, behalte ich mir vor, den Lieferanten bzw. die Lieferantin zu wechseln.

Wesentliche Risiken bestehen angesichts des geringen Einkaufsvolumens jedoch nicht.

Folgende Lieferant*innen konnten aufgrund ihrer Berichterstattung hinsichtlich Solidarität und Gerechtigkeit weitestgehend überprüft werden (mit Angabe des prozentualen Anteils am Gesamteinkaufsvolumen):

Impulsgeberei (43%): Das GWÖ-bilanzierte EPU hat bereits seine zweite GWÖ-Bilanz veröffentlicht und erzielte im Bereich A2 die Bewertung "erfahren 40%".

Polarstern (2%) Gemeinwohl-Unternehmen, die in ihrem 3. GWÖ-Bericht mit „erfahren – 50%“ in A2 bewertet wurden.

Regensburg Tourismus (1%): das zweifach GWÖ-bilanzierte Unternehmen schnitt zuletzt im Bereich A2 mit 20% ab (fortgeschritten).

Wetell (1%): Wetell hat in der Gemeinwohlabilanz im Bereich A2 mit „fortgeschritten - 30%“ abgeschnitten.

IFUB* (0,5%): Das GWÖ-bilanzierte Architekturbüro ist gerade im Prozess seine zweite GWÖ-Bilanz zu veröffentlichen. Im Erstbericht wurden im Bereich A2 30% (fortgeschritten) erzielt.

Fazit: 47,5% der Lieferant*innen von DAS HELDEN ATELIER sind nachweislich gemeinwohlabilanzieren und machen ihre Bemühungen hinsichtlich Solidarität & Gerechtigkeit in ihrer Lieferkette transparent und überprüfbar.

Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt

2024

47 %

Hierbei handelt es sich um GWÖ-bilanzierte Unternehmen.

Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden

2024

90 %

Hierbei handelt es sich um eine Schätzung.

Eine Zusammenarbeit erfolgt immer auch unter dem Gesichtspunkt, dass mit Anspruchsgruppen ein fairer und solidarischer Umgang gepflegt wird. Zusätzlich zu den gemeinwohlabilanzierenden Organisationen (47%), rechne ich hier auch noch weitere 14% ein:

Internationaler Verein der GWÖ (8%): Der erste GWÖ-Bericht ist aktuell in Arbeit. Es kann jedoch davon ausgegangen werden, dass Solidarität & Gerechtigkeit beim Einkaufsverhalten von Beginn an eine tragende Rolle gespielt hat und es noch immer tut.

Deutsche Bahn (6%): Die DB unterliegt dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz und hat eine Grundsatzklärung zur Einhaltung der Menschenrechte veröffentlicht:

nachhaltigkeit.deutschebahn.com/de/news/db-veroeffentlicht-aktualisierte-grundsatzklaerung-zu-menschenrechten.

Insgesamt gehe ich davon aus, dass nur bei ca. 10% der Lieferant*innen von DAS HELDEN ATELIER, Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette ein Problem darstellen könnte (insbesondere bei Microsoft Office 365, Canva, Moxy Frankfurt, Saturn, Google, Zoom, Amazon) - hier besteht jedoch nur ein sehr geringes Einkaufsvolumen.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Lieferant*innenbeziehung mit Risiko hinsichtlich Solidarität & Gerechtigkeit in der Zulieferkette gänzlich beenden

A2.2 Negativ-Aspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette nicht verletzt werden sowie die Marktmacht bei den wesentlichen Lieferant*innen nicht ausgenutzt wird?

Ich bestätige, dass dieser Aspekt für DAS HELDEN ATELIER nicht zutrifft.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

Berichtsfragen

Nach welchen Kriterien werden Rohware, Produkte und Dienstleistungen ausgewählt?

Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?

Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen berücksichtigt?

Welche Unterschiede gibt es zum Wettbewerb hinsichtlich ökologischem Einkauf?

A3.1 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

Da es sich bei DAS HELDEN ATELIER um ein Dienstleistungsunternehmen handelt, werden keine Rohstoffe und Materialien verwendet, da es keine Produktion gibt.

Zugekaufte **Produkte** werden nach höchster Qualität und einer damit verbundenen Langlebigkeit (ressourcenschonend) ausgewählt.

Zugekaufte **Dienstleistungen** werden nach einer vertrauensbasierten Zusammenarbeit idealerweise mit gemeinwohlfertifizierten oder nachweislich nachhaltig aufgestellten Unternehmen ausgewählt.

Bei allen Einkäufen von Produkten und Dienstleistungen achte ich auf ökologische Nachhaltigkeit, soweit mir dies möglich ist. Stelle ich einen Bedarf fest, prüfe ich zunächst, ob Ausleihen statt Kaufen in Frage kommt. Bei notwendigen Käufen gebe ich Secondhand Produkten gerne den Vorrang, beispielsweise bei Möbeln, Fachbüchern, etc.. Sollte die Anschaffung eines neuen Produkts notwendig sein, wähle ich bevorzugt Produkte mit entsprechenden Nachhaltigkeits-Labels aus. Gegebenenfalls höhere Kosten werden hier explizit in Kauf genommen.

Ökologische Risiken in der Zulieferkette werden bei großen Konzernen durch Internetrecherche evaluiert. Bei den mir persönlich bekannten Lieferant*innen und den gemeinwohlfertifizierten Unternehmen kann ich ökologische Risiken in der Zulieferkette ausschließen. Genauso verhält es sich mit schädlichen Umweltauswirkungen in der Zulieferkette.

Folgende meiner Lieferant*innen zeichnen sich durch ein hohes ökologisches Bewusstsein und Handeln aus:

Energie (2%):

Polarstern: Das Gemeinwohl-bilanzierte Unternehmen Polarstern hat bereits drei GWÖ-Bilanzen veröffentlicht und gilt als erfahrenes GWÖ-Unternehmen mit einer Bewertung von „erfahren – 60%“ im Feld A3.

Green Planet Energy: Der Energieversorger Green Planet Energy hat seinen Ursprung in der Umweltschutzorganisation Greenpeace e.V. Er hat laut Unternehmens-Webseite das erklärte Ziel, mit seinen Kund*innen eine saubere Energiezukunft zu gestalten. Bereits dreimal in Folge wurde ein Nachhaltigkeitsbericht unter GRI-Leitlinien veröffentlicht. Ihre Lieferant*innen wählen sie nach eigener Aussage nach strengen ökologischen Maßstäben aus.

Mobilität:

Deutsche Bahn (6%): Seit einigen Jahren erwerbe ich jedes Jahr die Bahncard 50 und nutze die Bahn als bevorzugtes Transportmittel. Die DB nutzt zu einem hohen Anteil Ökostrom. So sind alle ICE-, IC- und EC-Züge seit Anfang 2018 innerhalb Deutschlands mit 100% Ökostrom unterwegs. Über die gesamte Lieferkette liegen mir jedoch keine Informationen vor.

Beruflich bedingte Fahrten mit dem PKW werden nur dann unternommen, wenn der Zeitaufwand mit öffentlichen Verkehrsmitteln in keinem vernünftigen Verhältnis steht. Berufliche Flugreisen habe ich bislang gänzlich ausgeschlossen.

Übernachtungen (4%):

Casa Viva: Kleines inhabergeführtes „Eco Sleep“ in der Gardasee-Region, das mit seiner ökologischen Bauweise aus Lehm & Stroh, Aufsehen erregt. Diese Öko-Perle habe ich bewusst aufgesucht und die zahlreichen ökologischen Bemühungen im persönlichen Gespräch mit der Inhaberin erfragt und in meinem Blog veröffentlicht.

<https://www.helden-atelier.de/blog/casaviva-eco-sleep-gardasee/>

Biohotel Berghüs Schratt: mit der Zugehörigkeit zur Vereinigung der Biohotels verpflichtet sich das Biohotel Berghüs Schratt zu höchsten ökologischen Werten und zeichnet sich darüber hinaus als rein vegetarisches Unternehmen aus.

Sonstige Dienstleistungsunternehmen (47%):

Wetell: Für mein privat und geschäftlich genutztes Mobiltelefon nutze ich den gemeinwohl-bilanzierten Mobilfunkanbieter WETell. Dieser hat in der Gemeinwohlbilanz im Bereich A3 mit „erfahren 40%“ abgeschnitten.

BIOHOST: Ein echter Pionier was nachhaltiges Webhosting anbelangt. So setzt das Unternehmen als erster Öko-Webhost schon seit 2006 auf Ökostrom. Das Unternehmen beschreibt darüber hinaus auf seiner Unternehmenswebseite noch viele weitere Nachhaltigkeitsmaßnahmen und überzeugte mich nach eingehender Recherche „Green-IT-Dienstleister“.

Impulsgeberei: Das GWÖ-bilanzierte EPU hat bereits seine zweite GWÖ-Bilanz veröffentlicht und erzielte im Bereich A3 die Bewertung "erfahren 40%".

Regensburg Tourismus: das zweifach GWÖ-bilanzierte Unternehmen schnitt zuletzt im Bereich A3 mit 30% ab (fortgeschritten).

IFUB*: Das GWÖ-bilanzierte Architekturbüro ist gerade im Prozess seine zweite GWÖ-Bilanz zu veröffentlichen. Im Erstbericht wurden im Bereich A3 20% (fortgeschritten) erzielt.

Meine Mitbewerber sind Unternehmensberater*innen. Da ich nicht für alle sprechen kann, jedoch ein Gespür für die unterschiedlichen Branchen habe, formuliere ich folgende Schlussfolgerung: Bei Unternehmensberater*innen ohne beruflichen Nachhaltigkeitsschwerpunkt ist das Bewusstsein für ökologischen Einkauf gerade erst im Kommen. Bei den nachhaltigen Unternehmensberater*innen sehe ich ein ähnliches Kaufverhalten wie bei DAS HELDEN ATELIER.

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

2024
67 %

Ich habe wie folgt gerechnet bzw. geschätzt:

nachweislich ökologisches Verhalten meiner Lieferant*innen: 57% (s. Auflistung oben)

Weitere Produkte, z.B. aus Secondhand Käufen, etc.: ca. 10%

Verbesserungspotenziale/Ziele

Noch genauere Auswahl von Hotels und Gastronomiebetrieben hinsichtlich ökologischer Nachhaltigkeit

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

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Produkte/Dienstleistungen zugekauft werden, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen?

Ich bestätige, dass dieser Aspekt für DAS HELDEN ATELIER nicht zutrifft.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

A4.1 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Berichtsfragen

Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander?
Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Seit der Veröffentlichung meiner ersten Gemeinwohl-Bilanz im Jahr 2023 haben meine Lieferant*innen umfassenden Zugang zu allen relevanten Informationen über DAS HELDEN ATELIER. Mit bekannten Kooperationspartner*innen wie z.B. der Impulsgeberei, pflege ich vor, während und nach den Projektphasen einen regen Austausch. Dadurch können sie aktiv an Entscheidungen zu Projektthemen mitwirken, was die Zufriedenheit aller Beteiligten sicherstellt.

Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt

nicht relevant.

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

2024
47 %

47,5% der Lieferant*innen von DAS HELDEN ATELIER sind nachweislich gemeinwohlabilanziert und machen ihre Bemühungen hinsichtlich Transparenz & Mitentscheidung sichtbar und überprüfbar.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Veröffentlichung erster GWÖ-Bericht
im Dezember 2023

Verbesserungspotenziale/Ziele

Veröffentlichung zweiter GWÖ-Bericht

Zweiten GWÖ-Bericht auf Webseite verlinken

Berühungsgruppe B

Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Berichtsfragen

Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden überlegt?

Welche Formen und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/ oder über Ethikbanken konnten umgesetzt werden?

Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken verringert werden?

Wie sind die Finanzpartner*innen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten?

B1.1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Meine Tätigkeit als Beraterin finanziere ich durch Umsatzgenerierung und falls nötig, durch private Eigenmittel. Die Eigenfinanzierung erlaubt mir laufende Verluste auszugleichen sofern nicht ausreichende und kostendeckende Umsätze erzielt werden.

Ich bin froh und dankbar, für die Realisierung meiner selbständigen Tätigkeit bislang keinerlei Fremdfinanzierung benötigt zu haben. Sollte sich in Zukunft im Rahmen des Ausbaus meines Geschäftsmodells die Notwendigkeit einer Finanzierung ergeben, werden verschiedene Möglichkeiten geprüft werden. Vorrangig werde ich aber eine Finanzierung durch eine ethisch orientierte Bank prüfen oder auch eine Finanzierung durch Crowdfunding o.Ä. Für meine geschäftliche Situation habe ich sichergestellt, dass ich keine finanziellen Risiken eingehe, die ich nicht jederzeit aus meinem Eigenkapital decken kann.

Mein Geschäftskonto führe ich bei der GLS Bank und verfüge dort auch über Genossenschaftsanteile. Die GLS Bank ist für ihre ethisch-nachhaltige Ausrichtung bestens bekannt. <https://www.gls.de/gls-bank/>

Versicherungen, die meine berufliche Tätigkeit betreffen, existieren derzeit nicht.

Eigenkapitalanteil

2024
100 %
2023
100 %

Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche

2024
31,3 %
2023
31,3 %

Laut Statista lag der Eigenkapitalanteil bei „sonstigen Dienstleistungen im Jahr 2022 bei 31,3%.

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/261429/umfrage/eigenkapitalquoten-im-deutschen-mittelstand-nach-branchen/>

Fremdkapitalanteil

2024
0 %
2023
0 %

Finanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart

nicht zutreffend

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Eröffnung Geschäftskonto bei der GLS Bank

Verbesserungspotenziale/Ziele

Eigenmittelgewinnung durch Umsatzgenerierung

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B2.1 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Berichtsfragen

Welche notwendigen
Zukunftsausgaben konnten
ermittelt werden, und wie weit sind
ihre Deckung und zusätzliche
Risikoversorge möglich?

Welche Ansprüche stellen die
Eigentümer*innen an
Kapitalerträge mit welcher
Begründung?

Mir ist bewusst, dass meine Ausgaben die Einnahmen anderer Berührungsgruppen sind, in meinem Fall der Lieferant*innen und der Gesellschaft.

In Bezug auf die Gesellschaft, wirtschaftete ich so, dass ich einen fairen und angemessenen Beitrag zum Gemeinwesen leiste (siehe E2).

Was die Lieferant*innen anbelangt, so ist mir als Unternehmerin ein bewusster, nachhaltiger und suffizienter Konsum sehr wichtig (siehe Berührungsgruppe A).

Ich tätige Ausgaben dann, wenn sie für die Aufrechterhaltung und Weiterentwicklung meines Unternehmens sinnvoll und wichtig sind. Gleichzeitig möchte ich darauf hinarbeiten, meine Risikorücklagen weiter auszubauen.

Als Wissensarbeiterin liegen meine Ausgaben für die Sicherung der Zukunftsfähigkeit meines Unternehmens in folgenden Bereichen:

- Gewinnung neuer bzw. Bindung vorhandener Kund*innen
- Weiterbildung und Gesunderhaltung von mir als Unternehmerin
- Erneuerungsinvestitionen für meine Büroausstattung und in technisches Equipment

Geplante Zukunftsausgaben:

Technisches Equipment	ca. EUR 500
Reisekosten zu Recherchezwecken	ca. EUR 2.000
Fachliche & persönliche Weiterentwicklung	ca. EUR 3.000
Gesamt	ca. EUR 5.500

Die notwendigen Investitionen werden aus der laufenden Umsatzgenerierung bestritten bzw. wenn nötig aus Eigenmitteln aufgebracht. Eine Risikoversorge ist dafür nicht erforderlich.

Als Einzelunternehmerin habe ich aus meiner beratenden Tätigkeit keine Renditeerwartungen.

Mittelüberschuss aus laufender
Geschäftstätigkeit 2024
0 €

Gesamtbedarf 2024
Zukunftsausgaben 5.500 €

Getätigte/r strategischer
Aufwand/ strategische
Ausgaben 2024
5.231 €

Werbemaßnahmen/Reisekosten/Mitgliedschaft NNGB & GWÖ

Anlagenzugänge 2024
0 €

2023

656 €

2023: Bürostuhl, Drucker, Tastatur

Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn)

2024

0 €

2023

0 €

Auszuschüttende Kapitalerträge

2024

0 €

2023

0 €

Auszuschüttende Kapitalerträge in % vom Stamm- oder Grundkapital

2024

0 %

2023

0 %

Verbesserungspotenziale/Ziele

Schaffung von mehr Rücklagen

B2.2 Negativ-Aspekt: Unfaire Verteilung von Geldmitteln

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Verteilung von Geldmitteln trotz stabiler Gewinnlage fair erfolgt?

Ich bestätige, dass dieser Aspekt für DAS HELDEN ATELIER nicht zutrifft.

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

B3.1 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Berichtsfragen

Welche Sanierungsziele am/ im eigenen Betrieb haben ein soziales und ökologisches Verbesserungspotenzial?

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

Welche Investitionen wurden/werden konkret vorgenommenen?

In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?

Aktuell gibt es kein ökologisches Verbesserungspotential in eigenen Anlagen.

In unserem Privathaus, in dem sich auch mein Arbeitszimmer befindet, haben wir im Jahr 2018 eine neue energie-effiziente Heizanlage eingebaut. Durch die neue Heizanlage sparen wir je Jahr ca. 40% im Vergleich zu unserem bisherigen durchschnittlichen Gasverbrauch ein. Weitere ökologische Einsparpotenziale wollen wir im Rahmen einer Energieberatung ausfindig machen und ggf. angehen.

Im Berichtszeitraum habe ich nur wenige Investitionen in Geschäftsausstattung getätigt. Ich nutze überwiegend meine bestehende Infrastruktur. Im Jahr 2023 musste ich lediglich einen Bürostuhl erwerben (Second Hand), einen Drucker und eine Tastatur (ein Apple-Gerät entschieden, in der Hoffnung auf eine vergleichsweise lange Nutzungsdauer und hohe Qualität). Im Jahr 2024 wurde lediglich ein externer Bildschirm aus zweiter Hand erworben.

Im Falle von Defekten versuche ich immer alle Möglichkeiten einer Reparatur auszuschöpfen. Sollten sich Neuanschaffungen nicht vermeiden lassen, so werde ich die ökologisch beste Lösung im Gesamtkontext wählen.

Das Unternehmen beteiligt sich bislang noch nicht an solidarischen Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte. Sobald Gewinne erzielt werden, die über die Deckung meines Lebensunterhalts hinausgehen, möchte ich mit mindestens 10% des Gewinns, langfristig ein Projekt zur Förderung des Öko-Tourismus in Deutschland und international unterstützen.

Investitionsplan inkl. des ökologischen Sanierungsbedarfs

Nicht relevant.

Realisierung der ökologischen Investitionen

keine

Finanzierte Projekte

keine

Fonds-Veranlagungen

keine

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Bürostuhl aus zweiter Hand erworben

Externer Bildschirm aus zweiter Hand erworben

Verbesserungspotenziale/Ziele

Identifizierung und Auswahl von Öko-Tourismus Projekten, an denen ich mich beteiligen möchte (über reine Spenden hinaus), sobald das Unternehmen auf soliden Beinen steht.

Energieberatung in Anspruch nehmen

B3.2 Negativ-Aspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass das Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut oder dass zumindest eine mittelfristige Ausstiegsstrategie verfolgt wird?

Ich bestätige, dass dieser Aspekt für DAS HELDEN ATELIER nicht zutrifft.

B4 Eigentum und Mitentscheidung

B4.1 Eigentum und Mitentscheidung

Berichtsfragen

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

Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?

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

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

Verteilung des Eigenkapitals in folgenden Kategorien (Eigenkapitalstruktur in %)

Seit der Gründung von DAS HELDEN ATELIER im Jahr 2021 bin ich zu 100% die alleinige und persönlich haftende Eigentümerin. Die Aufnahme weiterer Gesellschafter*innen ist nicht geplant.

Die Anstellung von Mitarbeitenden ist längerfristig geplant. Ob eine Eigentumsbeteiligung von Mitarbeitenden für alle Seiten gewünscht wird und Sinn macht, wird zu gegebenem Zeitpunkt geprüft werden.

2024

Eigentümer	Anteil (in %)
Unternehmer*innen	100
Führungskräfte	
Mitarbeitende	
Kund*innen	
Lieferant*innen	
weiteres Umfeld	
nicht mittätige Kapitalinvestor*innen	
Summe	

2023

Eigentümer	Anteil (in %)
Unternehmer*innen	100
Führungskräfte	
Mitarbeitende	
Kund*innen	
Lieferant*innen	
weiteres Umfeld	
nicht mittätige Kapitalinvestor*innen	
Summe	

B4.2 Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahme

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine feindlichen Übernahmen erfolgt sind?

Ich bestätige, dass dieser Aspekt für DAS HELDEN ATELIER nicht zutrifft.

Berühungsgruppe C

Mitarbeitende

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

C1.1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Berichtsfragen

Wie kann die Unternehmenskultur im Unternehmen beschrieben werden?

Welche Maßnahmen zu betrieblicher Gesundheitsförderung und zum Arbeitsschutz wurden umgesetzt, und wie werden sie evaluiert?

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

Bei DAS HELDEN ATELIER handelt es sich um ein EPU.

Als Selbständige kann ich meine Zeit vollkommen frei einteilen und genieße diesen Umstand nach vielen Jahren im Angestelltenverhältnis nun sehr. Eine gute Work-Life-Balance ist mir sehr wichtig und ich versuche meinen Arbeitsalltag so zu gestalten, dass ich ausgeglichen, gesund und zufrieden bin.

Ich arbeite überwiegend im Büro zuhause (ca. 70%) und bin ca. 30% bei Kunden vor Ort, bzw. bei Netzwerkveranstaltungen, Interviewterminen, etc. Sämtliche Termine plane ich so, dass ich zuvor und danach immer eine kleine Verschnaufpause habe und nicht von Termin zu Termin hetzen muss. Fahrten zu Kund*innen oder zu Veranstaltungen versuche ich mit einem Puffer zu planen, so dass ich z.B. auch bei Zugverspätungen o.Ä. nicht in Stress ver falle.

Ca. 10 Stunden pro Monat arbeite ich für die Gemeinwohl-Ökonomie ehrenamtlich. In 2024 sind noch weitere ehrenamtliche Tätigkeiten in unserem unmittelbaren örtlichen Umfeld hinzugekommen. So engagiere ich mich nun auch im Bund Naturschutz und im "Bündnis nachhaltiges Mering".

Die Wochenenden versuche ich weitestgehend „arbeitsfrei“ und „ehrenamtsfrei“ zu gestalten, so dass regelmäßige Erholungsphasen gewährleistet sind. In 2024 habe ich mir über das Jahr verteilt 6 Wochen arbeitsfreie Zeit gegönnt.

Mein Arbeitszimmer befindet sich im obersten Stockwerk unseres Wohnhauses in der ländlichen Gemeinde Merching, das mein Mann und ich 2015 bezogen haben. Den Umzug aufs Land, weg von der Großstadt Hektik der Stadt München, weiß ich sehr zu schätzen. Das Arbeitszimmer ist nicht groß, dafür aber hell und gemütlich eingerichtet. Der Blick aus den beiden Fenstern geht ins Grüne und ich kann ohne Lärmbelastung, mit offenen Fenstern, arbeiten. Hier fühle ich mich wohl und kann ungestört kreativ werden.

Besondere Arbeitsschutzmaßnahmen sind in meinem Arbeitsumfeld nicht nötig.

Gesundheitliche Herausforderungen sind insbesondere durch die überwiegend sitzende Tätigkeit und die Arbeit am Laptop gegeben. Um einen Ausgleich zu schaffen, lege ich bewusst kleine Pausen zwischendurch ein und verbringe diese oftmals in unserem Garten. Auch unser tierischer Mitbewohner (Kater) trägt sehr zum Wohlbefinden bei und senkt meinen Stresslevel.

Über die Woche verteilt, gehe ich 2-3mal joggen. Zudem mache ich täglich eine kurze Yoga-Einheit und übe zusätzlich 1mal wöchentlich in einem Yogastudio im Nachbarort. Zur Stärkung meiner Sehkraft und zum Ausgleich der vielen Arbeit am PC, mache ich mehrmals wöchentlich eine kleine Runde "Augen-Yoga". Generell halte ich mich gerne und oft in der Natur auf und gehe Wandern oder auch Schwimmen im nahegelegenen Stausee. Aufenthalte in der Natur empfinde ich als meinen Nummer 1 „Stress-Killer“ und versuche, mich so oft es geht draußen aufzuhalten und zu bewegen.

Diversität im Sinne der Berücksichtigung unterschiedlicher Blickwinkel und Sichtweisen wird durch intensiven Austausch mit unterschiedlichen nahestehenden Personen, im

Familien- und Freundeskreis sowie in den Netzwerken, in denen ich aktiv bin, sichergestellt.

Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit

2024
4 Jahre
2023
3 Jahre

Beginn meiner nebenberuflichen Selbständigkeit im Januar 2021.
(Beginn meiner hauptberuflichen Selbständigkeit im Juli 2022)

Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro Mitarbeitender Person bzw. nach Führungsebene

2024

Entwicklungsangebot	Mitarbeitende bzw. Führungsebene	Stunden pro Mitarbeitenden
Mastermind NNGB	Sandra Wacker	4
GWÖ Business Breakfast/MDGW	Sandra Wacker	3
ESRS/CSRD	Sandra Wacker	5
Business Celebrity	Sandra Wacker	7
Messebesuche	Sandra Wacker	10
Netzwerktreffen NNGB	Sandra Wacker	20
Netzwerktreffen GWÖ DACH	Sandra Wacker	16
GWÖ Bayern Berater*innen	Sandra Wacker	5
Hospitation GWÖ Audit	Sandra Wacker	16

Gesundheits-/ Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung)

2024

Altersgruppe	Gesundheits-/ Krankenquote (in %)
40-50 Jahre	0

2023

Altersgruppe	Gesundheits-/ Krankenquote (in %)
40-50	0

Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen

2024
0 Tage
2023
0 Tage

Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle

2023 + 2024
Glücklicherweise keine Betriebsunfälle.

Demografische Verteilung der Mitarbeitenden im Unternehmen in Hinblick auf Dimensionen der Diversität (zumindest nach den Kerndimensionen von Diversität: Alter, Geschlecht,

nicht relevant, da Ein-Personen-Unternehmen (EPU)

Ethnie, körperliche/ psychische
Einschränkungen, sexuelle
Orientierung, Religion – sofern
erhebbar und relevant)

In Anspruch genommene
Angebote im Bereich
Gesundheit/ Diversität: Inhalte
und Anzahl der Stunden pro
mitarbeitender Person

keine betrieblich bedingten Angebote

Durchschnittliche Karenzdauer
von Müttern

2024

0 Monate

2023

0 Monate

nicht zutreffend

Durchschnittliche Karenzdauer
von Vätern

2024

0 Monate

2023

0 Monate

nicht zutreffend

Im Berichtszeitraum wurde
umgesetzt

alle oben genannten Entwicklungsangebote

Verbesserungspotenziale/Ziele

Gerade weil die Vielfalt meiner Aktivitäten sinnstiftend, anregend und erfahrungsfördernd ist, so erfordert es Disziplin sich nicht in einzelnen Aufgaben zu überfordern. Hier eine gesunde Balance zu halten, bleibt ein anhaltendes Ziel.

C1.2 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Berichtsfrage

Ich bestätige, dass dieser Aspekt für DAS HELDEN ATELIER nicht zutrifft.

Kann das Unternehmen
bestätigen, dass keine Strukturen,
Verhaltensweisen oder
Teilaspekte erfüllt werden, die
menschenunwürdige
Arbeitsbedingungen unterstützen?

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

C2.1 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfragen

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

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

Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt?

Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?

Wie können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden?

Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen?

Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?

Welche Maßnahmen gibt es in der Organisation, um eine Work-Life-Balance zu gewährleisten?

DAS HELDEN ATELIER ist ein noch junges Unternehmen und hat noch keine Mitarbeitenden angestellt. Erklärtes Ziel ist es jedoch, entweder ein kleines Team aufzubauen, sobald das Unternehmen auf soliden finanziellen Beinen steht. Oder auch durch enge und dauerhafte Kooperationen ein kooperatives Arbeitsumfeld zu schaffen.

Seit Beendigung der offiziellen Gründungsphase im Juli 2023, bestreite ich meinen Lebensunterhalt durch meine selbstständige Tätigkeit. Meine Einkünfte waren im Berichtszeitraum schwankend, konnten jedoch auf das Jahr gesehen meinen Lebensunterhalt sichern. Seit Oktober 2024 habe ich ein langfristiges Projekt, welches mir einen lebenswürdigen Verdienst für die Dauer von mindestens 1 Jahr sichert.

Meine Honorare und die Annahme von Projekten kann ich grundsätzlich eigenverantwortlich festlegen bzw. verhandeln.

Aktuell sehe ich keine Notwendigkeit meine eigene **Arbeitszeit** zu erfassen. Ich kann meine Arbeitszeit komplett selbst steuern und es ist mir bislang gut gelungen, arbeitsintensivere Zeiten durch zusätzliche arbeitsfreie Zeiten zu kompensieren. Mein Bestreben ist es, maximal 30 h je Woche meiner unternehmerischen Tätigkeit zu widmen, so dass ich noch ausreichend Zeit für ehrenamtliche Tätigkeiten und für meine Freizeit habe. Gefühlt ist mir das in den Berichtsjahren gut gelungen und Überstunden sind zwar angefallen, wurden aber zeitnah wieder ausgeglichen. Sollten die unternehmerischen Tätigkeiten zukünftig nicht mehr in diesem Zeitrahmen zu bearbeiten sein, strebe ich verstärkt Kooperationen an, anstatt alles selbst bewältigen zu wollen. Erste Gespräche mit einer Berater-Kollegin haben im Berichtszeitraum bereits stattgefunden.

Zukünftigen Mitarbeitenden bzw. Kooperationspartner*innen soll es ebenfalls möglich sein, selbst ihre Arbeitszeit zu organisieren und zu bestimmen. Eine maximale Wochenarbeitszeit von 30 Stunden, bei Erhalt von mindestens einem lebenswürdigen Verdienst, soll ggf. auch für das Team gelten. Regelmäßige persönliche und fachliche Fortbildungen halte ich für sehr wichtig und unterstützenswert. Mein persönlicher Anspruch an die freie Gestaltung meiner Arbeitszeit und Fortbildungen, soll auch für zukünftige Teammitglieder bzw. Partner*innen gelten.

Das von mir frei gewählte **Arbeitszeitmodell mit 30 Stunden je Woche** lebe ich bereits seit 5 Jahren, also auch schon im Angestelltendasein. Damals habe ich mich aktiv dafür entschieden, meine Arbeitszeit von 39 Stunden auf 30 Stunden je Woche zu reduzieren und habe es nie bereut. Nur so war es mir möglich, aus dem „Hamsterrad“ auszubrechen und Zeit zu haben, wichtige Dinge regelmäßig zu hinterfragen, ehrenamtlich tätig zu werden und ausreichend Zeit für Freunde und Familie zu haben.

Eine ausgeglichene **Work-Life-Balance** ist mir sehr wichtig und ich stelle diese intuitiv immer wieder in Frage. Gefühlt gelingt es mir sehr gut, eine gute Balance zu halten und ggf. rechtzeitig gegenzusteuern, ehe Unmut aufkommt. In den Berichtsjahren war ich überwiegend sehr zufrieden mit meiner persönlichen Work-Life-Balance. Im Herbst 2024 habe ich erstmals eine "Workation" durchgeführt und 4 Wochen auf der griechischen Insel Kreta verbracht.

Höchstverdienst für EPU nicht relevant

Mindestverdienst Ich bin selbst dafür verantwortlich, dass meine selbständige Tätigkeit mir mindestens einen lebenswürdigen Verdienst sichert.

Innerbetriebliche Spreizung (Verhältnis Höchst- zu Mindestverdienst) nicht relevant für EPU

Medianverdienst Nicht relevant für EPU

Standortabhängiger "lebenswürdiger Verdienst" (für alle Betriebsstandorte)

2024

Standort	Lebenswürdiger Verdienst (in €)
München	1.885

Schwer zu schätzen. Laut Bertelsmann Stiftung sind das im Raum München ca. 1885 EUR /netto je Monat

www.bertelsmann-stiftung.de/de/unsere-projekte/beschaeftigung-im-wandel/projektnachrichten/das-potential-von-living-wages-als-antwort-auf-heterogene-lebenshaltungskosten

Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z.B. 38 Stunden)

2024

30 Stunden

2023

30 Stunden

Tatsächlich geleistete Überstunden

2024

0 Stunden

2023

0 Stunden

Überstunden werden zwar nicht erfasst, aber gefühlt zeitnah gänzlich ausgeglichen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

4 Wochen Workation auf Kreta

Kooperationsgespräche mit Berater-Kollegin geführt (über zukünftiges Teilen von Arbeitslasten)

Ausweitung ehrenamtliches Engagement (Bund Naturschutz, Ortsgruppe Merching & Bündnis Nachhaltiges Mering)

Verbesserungspotenziale/Ziele

wöchentliche Arbeitszeiten erfassen (Zahlen schlagen Gefühl...)

C2.2 Negativ-Aspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Mitarbeitenden nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet werden?

Ich bestätige, dass dieser Aspekt für DAS HELDEN ATELIER nicht zutrifft.

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

C3.1 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

Berichtsfragen

Welchen Wert legen das Unternehmen und die Mitarbeitenden auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz?

Welche Verkehrsmittel benützen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?

Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden, gibt es Weiterbildungsangebote?

Da ich als EPU derzeit noch keine Mitarbeitenden beschäftige, bezieht sich die Beurteilung des ökologischen Verhaltens im Wesentlichen auf mich als Unternehmerin.

Auf eine ökologisch-regionale Herkunft von Lebensmitteln lege ich größtmöglichen Wert. Dabei sind mir Lebensmittel in Bioqualität besonders wichtig – einerseits weil sie meiner Gesundheit zugutekommen, andererseits auch aus ökologischen Gründen. Biolebensmittel alleine sind meiner Meinung nach jedoch nicht ausreichend. Ich strebe vielmehr eine Kombination von bio und regional an, wann immer möglich, und bevorzuge darüber hinaus Lebensmittel von biologisch zertifizierten Anbauverbänden wie Naturland, Bioland und Demeter.

Gemüse beziehen wir von der solidarischen Landwirtschaft (Solawi) Schloss Blumenthal (www.schloss-blumenthal.de/biohof/solidarische-landwirtschaft), welches zu 100% bio ist und wöchentlich, frisch geerntet aus 30 km Entfernung, den Weg zu uns findet. Seit mein Mann und ich dort vor ca. 6 Jahren Mitglieder geworden sind, haben wir ein viel besseres Gefühl dafür bekommen, was in unserer Region wächst und wie wir das regionale Bio-Gemüse schmackhaft zubereiten können. Die Solawi ist Teil der Biohof Blumenthal, bei der mein Mann und ich beide Genoss*innen sind. Neben Gemüse, beziehen wir von dort auch selbst hergestellte Bio-Ziegenkäseprodukte und Demeter Honig, sowie über den Winter Zitrusfrüchte von einer mit Blumenthal kooperierenden Bio-Erzeugergemeinschaft aus Sizilien. Darüber hinaus kaufen wir unsere Lebensmittel im Biomarkt des Nachbardorfes und geben auch hier Produkten aus der Region den Vorzug. Zudem baue ich in unserem eigenen kleinen Garten auch Gemüse, verschiedenste Kräuter und Beeren an.

Mein Mann betreibt eine Event- und Kochlocation, bei der 100% Bio-Lebensmittel zum Einsatz kommen. Lebensmittelreste von den Veranstaltungen finden ihren Weg auch gerne auf unsere Teller.

Ich ernähre mich seit 11 Jahren vegetarisch und achte insbesondere bei tierischen Lebensmitteln auf eine ökologische Herkunft & Tierwohl.

Auch auf Reisen gebe ich Bio-Restaurants, Hotels mit Bio-Frühstück, etc. wann immer möglich den Vorrang. Falls es kein Bio-Angebot gibt, haben Restaurants/Hotels mit regionalem Lebensmittelbezug immer Vorrang.

Da ich mich beruflich sehr stark mit Gastronomien und Hotels beschäftige, kenne ich mich in der Bio/regionalen Gastro- und Hotelszene recht gut aus. Zahlreiche Gespräche und Interviews, die ich u.a. für meinen Blog geführt habe, tragen dazu bei, mein ökologisches Wissen stetig zu erweitern.

Mülltrennung ist für uns selbstverständlich. Wir nutzen auch einen eigenen Kompost im Garten für unseren Bio-Müll und produzieren so unseren eigenen Pflanzendünger.

Mein Büro betreibe ich weitestgehend papierlos und wähle notwendige Anschaffungen sehr sorgfältig und möglichst ressourcenschonend aus (s. auch Berührungsgruppe A).

Meine Arbeitszeit verbringe ich zu einem großen Teil in meinem Arbeitszimmer in unserem privaten Wohnhaus, somit entfällt der Weg zum Arbeitsplatz.

Zu Kundenterminen, Netzwerkveranstaltungen etc. reise ich, wann immer möglich, mit öffentlichen Verkehrsmitteln an. Hierfür bin ich im Besitz einer Bahncard 50 sowie des Deutschland-Tickets. In nur 5 Minuten fußläufiger Entfernung unseres Wohnhauses, befindet sich ein kleiner Bahnhof, von wo aus ich gute Anschlussmöglichkeiten per Zug habe. Auch längere Fahrten, z.B. eine Geschäftsreise nach Norwegen & Dänemark, habe ich überwiegend mit dem Zug bestritten.

Nur in Ausnahmefällen, wenn Ziele gar nicht oder nur äußerst umständlich öffentlich zu erreichen sind, greife ich auf den Geschäftswagen meines Mannes zurück (VW Caddy 148g Co2/km).

Geschäftsreisen per Flugzeug habe ich noch keine unternommen.

Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft

2024

90 %

2023

90 %

Unser Lebensmitteleinkauf ist nahezu gänzlich in Bio-Qualität. Verpflegungen Ausser-Haus jedoch, aufgrund des leider noch begrenzten Angebots, nicht immer.

Anteil der Anreise mit PKW/ öffentlichen Verkehrsmitteln/ Rad/ zu Fuß

2024

Verkehrsmittel	Anteil (in %)
zu Fuß	5
Rad	5
PKW	10
Öffentliche Verkehrsmittel	80
Summe	

2023

Verkehrsmittel	Anteil (in %)
zu Fuß	5
Rad	5
PKW	10
Öffentliche Verkehrsmittel	80
Summe	

Nutzungsgrad des ökologischen Betriebsangebots der Mitarbeitenden

für EPU nicht relevant.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Weiterbildung zum Thema Bio-Zertifizierung in der Ausser-Haus Gastronomie

Nutzung von ökologischen Weiterbildungsangeboten, z.B. der GWÖ

Verbesserungspotenziale/Ziele

Fahrradleasing oder Anschaffung eines 2nd hand Fahrrads

C3.2 Negativ-Aspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass im Unternehmen weder Verschwendung von Ressourcen gefördert noch unökologisches Verhalten geduldet wird?

Ich bestätige, dass dieser Aspekt für DAS HELDEN ATELIER nicht zutrifft.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

C4.1 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Berichtsfragen

Welche wesentlichen/ kritischen Daten sind für die Mitarbeitenden leicht zugänglich?

Wie werden Führungskräfte ausgewählt, evaluiert und abgesetzt? Von wem?

Welche wesentlichen Entscheidungen können die Mitarbeitenden mehrheitsdemokratisch oder konsensual mitbestimmen?

Welche Erfahrungen wurden bisher mit mehr Transparenz und Mitbestimmung gemacht?

Als Einzelunternehmerin ohne Mitarbeitende ist die Frage der innerbetrieblichen Mitentscheidung und Transparenz nicht anwendbar.

Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung)

Nicht anwendbar.

Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/ Mitwirkung/ Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden

Nicht anwendbar.

Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/ Mitwirkung/ Mitentscheidung getroffen werden

Nicht anwendbar.

C4.2 Negativ-Aspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Verhinderung des Betriebsrates vorliegt?

Ich bestätige, dass dieser Aspekt für DAS HELDEN ATELIER nicht zutrifft.

Berühungsgruppe D

Kund*innen und Mitunternehmen

D1 Ethische Kund*innenbeziehungen

D1.1 Ethische Kund*innenbeziehung

Berichtsfragen

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

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

Welche Kund*innengruppen haben einen erschwerten Zugang zu den Produkten und Dienstleistungen? Was wird getan, damit diese auch in den Genuss der Produkte/ Dienstleistungen kommen können?

Kund*innen sind bislang größtenteils über mein bestehendes **Netzwerk**, sowie durch Weiterempfehlungen, zu mir gekommen.

Großen Wert lege ich auf eine informative und ansprechende **Homepage**. Im Berichtszeitraum habe ich die Webseite von DAS HELDEN ATELIER erneut grundüberarbeitet und weiter verbessert, d.h. noch informativer gestaltet <https://www.helden-atelier.de>.

Zudem betreibe ich seit dem Jahr 2021 einen **Blog** <https://www.helden-atelier.de/blog/>, und durfte dafür schon zahlreiche Interviews mit Nachhaltigkeits-Pionier*innen aus der Hotellerie und Gastronomie führen. Mit meinen Interviewpartner*innen, baut sich durch das persönliche Gespräch oft ein Vertrauensverhältnis auf. Dadurch sind schon weitere Anknüpfungspunkte entstanden, neue Kontakte ließen sich leicht knüpfen und mein bestehendes Netzwerk erweitern, wobei dies nicht das vorrangige Ziel des Bloggens für mich ist.

Meine Präsenz in den sozialen Medien, insbesondere auf **LinkedIn**, konnte ich im Berichtszeitraum deutlich verstärken. Regelmäßige Posts über z.B. laufende oder abgeschlossene Kund*innen-Projekte, haben meinen Expert*innen-Status positiv beeinflusst und auch zur Ausweitung meines Netzwerkes geführt.

Bezahlte **Werbeanzeigen bei LinkedIn** habe ich einmalig ausprobiert, konnte daraus jedoch keinen sichtbaren Nutzen erzielen.

Über einen Zeitraum von ca. 3 Monaten habe ich auch **Google Ad Words** ausprobiert, mit dem Ziel, bei relevanten Suchanfragen weiter oben gelistet zu sein. Dadurch haben sich zwar mehr Menschen auf meiner Webseite getummelt, jedoch kaum persönliche Kontakte ergeben. Daher habe ich dieses Bemühen wieder eingestellt und vertraue wieder verstärkt meinem Netzwerk.

Zukünftig möchte ich auf **Veranstaltungen** präsent sein und mit fachspezifischen Vorträgen etc. auf meine Arbeit aufmerksam machen. So plane ich z.B. aktuell ein eigenes Veranstaltungsformat mit Kooperationspartner*innen, das im Januar 2025 erstmalig stattfinden wird.

Über einen **Messeauftritt**, gerne in Kooperation mit anderen Unternehmen, denke ich nach. Mit **bestehenden Kund*innen** bleibe ich, auch nach Auftragsende, weiterhin zwanglos im Gespräch bzw. im Kontakt. Im Berichtszeitraum haben sich auch schon erste Folgeaufträge ergeben, was mich sehr freut und mich in meiner Arbeit bestätigt. Zudem ermuntere ich Kund*innen, die eine GWÖ-Bilanzierung durchlaufen haben, den eigenen Lieferant*innen von der GWÖ zu berichten und somit nicht nur ihre eigene Lieferkette in Richtung Gemeinwohl-Orientierung zu entwickeln, sondern auch zur Verbreitung der GWÖ-Community beizutragen.

2023 habe ich eine kleine **Weihnachtskarten/Geschenk-Aktion** durchgeführt. Als Give Away wurden Bücher zum Thema Gemeinwohl-Ökonomie verschenkt. Meine Intention war die Wertschätzung für meine Kund*innen und Geschäftspartner*innen auszudrücken. Eine kleine Aufmerksamkeit, die hoffentlich Freude bereitet und idealerweise sogar inspiriert.

Kund*innenwünsche und Reklamationen werden proaktiv eingefordert und ernst genommen. Wenn möglich, werden Änderungen sofort umgesetzt. Falls das nicht geht, wird überlegt, wie in Zukunft Prozesse optimiert werden können. Permanente Feedback-Schleifen, eine offene und ehrliche Kommunikation gewährleisten eine gute und langfristige Zusammenarbeit.

Selbstverständlich verzichte ich gänzlich auf **vergleichende Werbemaßnahmen**.

Sehr wichtig ist es mir, dass der Kund*innennutzen im Vordergrund steht. Daher lehne ich Aufträge ab bzw. verweise an Berater-Kolleg*innen, wenn sich bei der Auftragsklärung herausstellt, dass mein Angebot den erhofften Nutzen nicht erfüllen kann.

Zudem bin ich dabei, mein Netzwerk zu anderen Berater*innen auszubauen, mit dem Ziel, zukünftig verstärkt in Kooperationen den breitgefächerten Bedürfnissen von Kund*innen nachkommen zu können.

Eine Zusammenarbeit mit Kund*innen mit z.B. bedenklichem Geschäftsmodell, werde ich im Zweifelsfall nicht eingehen. Bislang sind jedoch noch keine entsprechenden Unternehmen an mich herangetreten.

Ein enger Kontakt mit meinen Kund*innen und regelmäßige Feedback-Schleifen gewährleisten, dass beidseitig das gleiche Verständnis für die Auftragsziele und die Zusammenarbeit gewährleistet sind. Gegenseitige Wertschätzung und ein Umgang auf Augenhöhe sind dabei unerlässlich. Ich bin nicht an kurzfristigen Erfolgen interessiert, sondern an einer langfristigen vertrauensvollen Zusammenarbeit mit meinen Kund*innen.

Als „benachteiligte Kunden“ sehe ich kleine Unternehmen, StartUps und soziale Initiativen, da für diese in der Regel marktübliche Tagessätze nicht erschwinglich sind. Um auch finanzschwächeren Unternehmen z.B. eine Begleitung zur GWÖ-Bilanzierung zu ermöglichen, fördere ich aktiv den Zusammenschluss von Unternehmen zu **PeerGroups**, die sich die Beratungskosten teilen. Im Berichtszeitraum konnte ich zahlreiche Unternehmen im Rahmen einer PeerGroup begleiten.

Zudem habe ich ein **gestaffeltes Preismodell** entwickelt und biete dies potenziellen Kund*innen auch bereits aktiv an. Ziel ist es, dass Unternehmen sich entsprechend ihrer Finanzkraft, eigenständig in das gestaffelte Preismodell einordnen und somit zahlungskräftigere Unternehmen, weniger finanzstarke Unternehmen „querfinanzieren“.

Weiterhin mache ich potentielle Kund*innen auch aktiv auf Möglichkeiten der **staatlichen Förderung** von Beratungsprojekten aufmerksam. Gerade in der sehr gebeutelten Branche der Gastronomie & Hotellerie, gibt es attraktive Fördermöglichkeiten, die eine sonst möglicherweise nicht finanzierbare Beratung ermöglichen können. So habe ich im Berichtszeitraum ein Projekt starten können, welches zu 80% staatlich gefördert wird.

Um auch Menschen den Zugang zu meiner Webseite zu ermöglichen, die nicht über deutsche Sprachkenntnisse verfügen, ist die Seite gänzlich in **englischer Sprache** verfügbar.

Gerne begleite ich Unternehmen auch im Rahmen von **Video-Calls**, so dass eine Begleitung auch für Unternehmen möglich wird, für die „Live-Treffen“ nicht möglich

oder nicht praktikabel sind. So hat im Berichtszeitraum ca. 2/3 meiner Beratungstätigkeit, online stattgefunden.

Zukünftig möchte ich meine Webseite auch für **sehbeeinträchtigte Menschen** zugänglich machen und recherchiere hierzu bereits.

Übersicht Budgets für Marketing, Verkauf, Werbung: Ausgaben für Maßnahmen bzw. Kampagnen

2024

Maßnahmen	Budget (in €)	Anteil (in %)
Webseite	1.810	85
Google Ads	300	15

Fixe Bestandteile der Bezahlung von Verkaufsmitarbeitenden

Nicht zutreffend, da DAS HELDEN ATELIER keine Verkaufsmitarbeitenden beschäftigt

Umsatzabhängige Bestandteile der Bezahlung von Verkaufsmitarbeitenden

nicht zutreffend

Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: ja/nein?

2024

Nein

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

2024

60 %

2023

70 %

Es handelt sich hier um Schätzwerte:

2024: finanzielle Ermöglichung durch PeerGroups & staatliche Förderung

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Entwicklung eines gestaffelten (ethischen) Preismodells

Beschäftigung mit staatlichen Fördermaßnahmen und entsprechende Info an Kund*innen bzw. Hilfe bei der Beantragung

Empfehlungsorientiertes Marketing gestärkt, z.B. Google Rezensionen aktiv eingefordert

Kund*innen-Stimmen auf Webseite dargestellt

Eigenes Veranstaltungsformat ausgearbeitet (in Kooperation)

Webseite zusätzlich in englischer Sprache veröffentlicht

Verbesserungspotenziale/Ziele

Präsenz auf Messen

Webseite für Menschen mit Sehbeeinträchtigungen zugänglich machen

D1.2 Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt werden?

Ich bestätige, dass dieser Aspekt für DAS HELDEN ATELIER nicht zutrifft.

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern

D2.1 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern

Berichtsfragen

Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert, und welche Ziele werden dabei verfolgt?
In welchen Bereichen verhält sich das Unternehmen solidarisch gegenüber anderen Unternehmen und hilft uneigennützig?

Die Haltung von DAS HELDEN ATELIER zum Thema Mitunternehmern kann folgendermaßen beschrieben werden: Kooperation anstatt Konkurrenz. Ich sehe Mitunternehmern nicht als Konkurrenten oder gar als „Feinde“, sondern als Bereicherung am Markt und als potenzielle Kooperations- oder Geschäftspartner*innen. Die Bereitschaft zur partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen und selbständig Tätigen ist fester Bestandteil meiner Unternehmenskultur und ich vernetze mich gerne mit diversen anderen Unternehmen, Berater*innen, Auditor*innen und Initiativen.

Kooperationen auf Augenhöhe unterhalte ich zu vielen **Berater-Kolleg*innen** und tausche mich gerne und regelmäßig mit diesen aus. Wir haben unterschiedliche Fachkompetenzen, jedoch eine Haltung, die uns verbindet. Besonders hervorzuheben ist die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit meiner Kollegin Kerstin Trümper-Kumaus / IMPULSGEBEREI. Im Berichtszeitraum haben wir im Tandem diverse PeerGroups begleitet und uns auch darüber hinaus gerne und oft zu beruflichen Themen ausgetauscht.

Im Berichtszeitraum wurde mir von **Beraterkolleg*innen und Auditor*innen** auch vielfach die Möglichkeit zur **Hospitation** gegeben. Dies habe ich zur Wissenserweiterung und zum Erfahrungsaustausch sehr gerne und oft in Anspruch genommen und dies auch selbst angehenden GWÖ-Berater*innen ermöglicht.

Selbstverständlich habe ich an den **Vernetzungstreffen** der Gemeinwohl-Berater*innen & Auditor*innen im Berichtszeitraum teilgenommen und war regelmäßig, wenn auch nicht immer, bei den Treffen der Berater*innen aus Bayern dabei.

Weiterhin bin ich Anfang 2024

dem **NNGB (Netzwerk Nachhaltiger Gastronomie Berater)** beigetreten. Im Frühjahr 2024 nahm ich an einem mehrtägigen Präsenztreffen teil, sowie an den monatlich stattfindenden Online-Treffen. Seit Herbst 2024 treffen sich vier Mitglieder aus diesem Kreis online zu einer „**Mastermind**“, die im 6-wöchigem Rhythmus stattfindet, und Austausch und gegenseitige Unterstützung zum Ziel hat.

Weiterhin unterhalte ich regen Kontakt mit ausgesuchten **Hochschulen** und stand im Berichtszeitraum der Hochschule München, Fakultät für Tourismus, als Dozentin im HWS23/24 zur Verfügung. Auch zu Gastvorträgen bin ich immer gerne bereit und habe sowohl an der HM als auch an der Hochschule Eberswalde und Heilbronn Gastvorträge zum Thema GWÖ gehalten. Die Hochschultätigkeit wird leider nur gering vergütet. Es ist mir jedoch eine Herzensangelegenheit, junge Menschen für das Thema gemeinwohl-orientiertes Wirtschaften zu sensibilisieren.

Grundsätzlich bin ich sehr gerne zu solidarischem Handeln bereit und reagiere selbstverständlich auf Hilferufe und Bitten. Dies ist im Berichtszeitraum jedoch nur vereinzelt vorgekommen.

Gerne kam ich Hilferufen von Studierenden rund um Interviews zu **Bachelor- und Masterarbeiten** nach, sofern ich zum Thema Input liefern konnte. Im Berichtszeitraum habe ich ca. 5 Studierenden für Expert*innen-Interviews zur Verfügung gestanden.

Im Berichtszeitraum unterstützte ich vor allem die **GWÖ-Bewegung** durch mein ehrenamtliches Engagement: GWÖ Regionalgruppe München, Fokusgruppe Unternehmen – durch Arbeitsleistung. Außerdem punktuell die Initiative „**Faire Wiesen**“, die auf die ökologische Neuausrichtung von Großveranstaltungen, wie dem Münchener Oktoberfest, hinarbeitet.

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/ Jahr?

Nicht darstellbar.

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 – als %-Anteil?

2024

70 %

2023

70 %

Wenngleich dies nicht immer leicht abgrenzbar und messbar ist, würde ca. 70% meiner Tätigkeit als in Kooperation einstufen.

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

2024

Unternehmenskategorie	Aufgewendete Zeit (in Stunden)	Erzielter Umsatz (in €)
Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional)		
Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen	0	0
Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, mit anderer Zielgruppe	0	0

Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional): eher hoch - jedoch in Form von Stunden & Umsatz nicht darstellbar.

In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen?

2024

Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards – Ja

Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying) – Nein

Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards – Ja

2023

Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards – Ja

Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying) – Nein

Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards – Ja

Wie viele Arbeitskräfte bzw. Mitarbeitendenstunden wurden an Unternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

2024

Unternehmenskategorie	Anzahl der Arbeitskräfte	Mitarbeitendenstunden
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0	0

2023

Unternehmenskategorie	Anzahl der Arbeitskräfte	Mitarbeitendenstunden
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0	0

Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

2024

Unternehmenskategorie	Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge (in %)
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0

2023

Unternehmenskategorie	Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge (in %)
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0

Wie hoch ist die Summe an Finanzmitteln, die an Unternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

2024

Unternehmenskategorie	Summe an Finanzmitteln (in €)	Anteil vom Umsatz (in %)	Anteil vom Gewinn (in %)
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0	0	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0	0	0

2023

Unternehmenskategorie	Summe an Finanzmitteln (in €)	Anteil vom Umsatz (in %)	Anteil vom Gewinn (in %)
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0	0	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0	0	0

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Zertifizierung zur Gemeinwohl-Beraterin

Netzwerken innerhalb der GWÖ innerhalb verschiedener Arbeitsgruppen

Durchführung von PeerGroups zusammen mit anderen Gemeinwohl-Berater*innen, insbesondere Tandem-Tätigkeit mit Kerstin Trümper-Kumaus / IMPULSGEBEREI

Hospitationen in Anspruch genommen sowie auch ermöglicht

Beitritt NNGB (Netzwerk Nachhaltiger Gastronomie Berater) und der Mastermind

Tätigkeiten als (Gast-) Dozentin an Hochschulen (München, Eberswalde, Heilbronn)

Punktuelle Unterstützung der Initiative „Faire Wiesn“

D2.2 Negativ-Aspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen komplett verzichtet wird?

Ich bestätige, dass dieser Aspekt für DAS HELDEN ATELIER nicht zutrifft.

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

D3.1 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Berichtsfragen

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

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

Wie sind Konsistenz, Effizienz und Suffizienz im Geschäftsmodell verankert?

Durch welche Strategien und Maßnahmen wird maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?

Wie wird die maßvolle Nutzung in der Kommunikation mit Kund*innen gefördert?

Die ökologischen Auswirkungen meiner Dienstleistungen entstehen insbesondere durch meine eigene **Mobilität** und die meiner Kund*innen.

Ausserdem bin ich mir darüber im Klaren, dass auch meine dienstlichen Übernachtungen/Außer-Haus-Verpflegungen ökologische Auswirkungen haben, sowie auch das Betreiben meiner Webseite.

Im Vergleich zu anderen Beratungs-Dienstleistern sehe ich die Auswirkungen als geringer an, da ich darauf achte, sowohl meine eigenes Verhalten, als auch das meiner Kund*innen so zu beeinflussen, dass die Auswirkungen möglichst klein gehalten werden.

Bei persönlichen berufsbedingten Treffen achte ich auf eine gute Erreichbarkeit mit **öffentlichen Verkehrsmitteln** und möglichst kurze Wege. Wann immer möglich, nutze ich öffentliche Verkehrsmittel, um mich mit Kund*innen zu treffen. Daher bin ich auch im Besitz einer Bahncard 50 sowie des Deutschland-Tickets. Ein ausschließlich regionales Einsatzgebiet ist aufgrund meiner spitzen Zielgruppe (Gastgewerbe) jedoch wirtschaftlich nicht sinnvoll.

Zu Recherchezwecken und um Interviews für meinen **Blog** zu führen, nehme ich auch längere Wege auf mich – jedoch nahezu ausschließlich mit öffentlichen Verkehrsmitteln. So war ich im Berichtszeitraum mit dem Zug in Norwegen, Dänemark und in den Niederlanden unterwegs, da gerade die skandinavischen Länder in Sachen Nachhaltigkeit eine Pionierrolle innehaben, über die ich gerne berichte.

Virtuelle Formate sind oftmals eine sinnvolle Alternative zu persönlichen Treffen. Daher biete ich dieses Format gerne meinen Kund*innen an, was auch oftmals angenommen wird. Insbesondere PeerGroups haben im Berichtszeitraum zu ca. 80% remote stattgefunden.

Gleichzeitig ist mir bewusst, dass remote-Formate kein Allheilmittel sind, da für eine 1-stündige Videokonferenz der Ausstoß je teilnehmender Person zwischen 0,05 kg CO₂ bis 60 kg CO₂ liegt. (Quelle: https://klimatekologie.de/fileadmin/user_upload/Videokonferenzen_CO2_Bilanz.pdf).

Der klimafreundlichste Ansatz ist daher ein regionales Einsatzgebiet, längere Termine vor Ort, kürzere Videokonferenzzeiten und der Einsatz von öffentlichen Verkehrsmitteln.

Dienstfahrten mit dem PKW unternehme ich nur in Ausnahmefällen. Auf dienstliche Flugreisen verzichte ich grundsätzlich.

Neben der Mobilität, spielen auch die ökologischen Auswirkungen bei **dienstlichen Übernachtungen** und der **Außer-Haus-Verpflegung** eine Rolle. Um diese Auswirkungen so gering als möglich zu halten, wähle ich Übernachtungsdomizile und Restaurants wann immer möglich, sehr sorgfältig aus. So habe ich im Berichtszeitraum Hotels mit Nachhaltigkeits-Siegeln bzw. Zertifizierungen bevorzugt, sowie private

Unterkünfte mit Kochmöglichkeit. Restaurants mit Bio-Zertifizierung und/oder verstärkt vegetarisch/veganem Angebot nutze ich sehr gerne.

Um die ökologischen Auswirkungen meiner **Webseite** möglichst gering zu halten, habe ich mich bewusst für den Öko-Webhosting-Anbieter „Bio Host“ entschieden, der seine Server zu 100% mit Öko-Strom von Polarstern betreibt (s. auch Berührungsgruppe A). <https://www.biohost.de>

Meine Tätigkeit findet größtenteils im Home Office statt. Auf das Ausdrucken auf Papier wird fast gänzlich verzichtet. Stichwort: **papierloses Büro**.

Mein Geschäftsmodell ist eng mit meinem Lebensstil verknüpft: Ich lege großen Wert auf maßvollen Konsum, um meine ökologischen Auswirkungen so gering wie möglich zu halten.

Das bedeutet, dass der Erwerb von „**Statussymbolen**“, wie einem repräsentativen Firmenwagen, für mich nicht in Frage kommt.

Alle notwendigen **technischen Geräte und sonstiges Equipment** werden möglichst aus zweiter Hand erworben und so lang als möglich genutzt, um (Elektro-) Schrott zu minimieren. Auch das Leihen und Teilen von Geräten halte ich für sehr sinnvoll. So habe ich beispielsweise ein Mikrofon (zur Produktion von Videos) nur ausgeliehen, anstatt es selbst zu erwerben.

Meine Dienstleistungen sind primär mentaler Natur, weshalb ich sie in enger Abstimmung sinnvoll und gezielt mit meinen Kund*innen einsetze. Effizienz und eine präzise Planung sind dabei Schlüsselprinzipien, um die Zeit meiner Kund*innen respektvoll zu nutzen. Durch sorgfältige und gezielte Kommunikation im Vorfeld und während der Projektphase fördern wir gemeinsam maßvollen Konsum und eine effiziente Nutzung der Dienstleistungen. Eine detaillierte Planung und gutes Zeitmanagement sind entscheidend für die erfolgreiche Umsetzung der Projekte. Regelmäßige Besprechungstermine mit meinen Kund*innen ermöglichen es uns, Informationen gebündelt und gezielt auszutauschen.

Zudem wird gründlich geprüft, ob persönliche Treffen wirklich nötig sind, um Reisekosten und -zeiten zu reduzieren. Im Berichtszeitraum haben Treffen überwiegend remote stattgefunden.

Ebenso hinterfrage ich die Notwendigkeit von Ausdrucken und dem postalischen Versand von Unterlagen und setze, wann immer möglich, auf elektronische Kommunikationsmittel.

Auch in der Auswahl meiner **Blog**-Themen, thematisiere ich das Thema Suffizienz, um Unternehmen dafür zu sensibilisieren und idealerweise zu inspirieren. So habe ich im Berichtszeitraum beispielsweise ausführlich über das Konzept des Kreislaufprinzips in Hotels berichtet <https://www.helden-atelier.de/blog/schwapa/>, über Möglichkeiten von Suffizienz in der Hotellerie <https://www.helden-atelier.de/blog/guldsmedenhotels/> und über Möglichkeiten zur Reduktion von Lebensmittelverschwendung in der Gastronomie <https://www.helden-atelier.de/blog/happa/>

Meinen beruflichen CO2 Fussabdruck habe ich noch nicht errechnet. Jedoch die wesentlichen CO2-Emmissionsfaktoren erfasst:

2023:

Chemikalienverbrauch (giftig, ungiftig)	km, Liter, m ³	kg CO2	tco2
Ausstoß klimawirksamer Gase	nicht relevant		
Transporte : Bahnfahrten Fernverkehr (0,031 kg/km)	5130	159	0,159
Transporte: Bahnfahrten, Nahverkehr & ÖPNV (0,058 kg/km)	1300	75	0,075
Transporte: Autofahrten (0,148 kg CO2/km)	611 km	90	0.09
Benzinverbrauch (und dessen CO2-Äquivalent)	nicht relevant		
Stromverbrauch (Ökostrom aktiv von Green Planet Energy)*	318 kWh	13	0,013
Gasverbrauch (Ökogas von Polarstern)*	1032 kWh	206	0,206
Heizenergie	nicht relevant		
Verbrauch von Trink- und Regenwasser*	13 m ³		
Chemikalienverbrauch (giftig, ungiftig)	nicht relevant		
Papierverbrauch	nicht messbar		
Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien	nicht relevant		
Kunstlichteinsatz	nicht messbar		
CO2 Emissionen		543	0,453
*anteilig für meine Bürofläche			

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Niedrighalten der ökologischen Auswirkungen meiner Dienstleistungen

Erwerb eines Bürostuhls und externen Bildschirms aus zweiter Hand

Leihen statt Kaufen (Mikrophon)

Durchführung von Online- anstatt Präsenz-Workshops

Sensibilisierung für das Thema Suffizienz in der Hotellerie/Gastronomie durch die Veröffentlichung von Blogbeiträgen: o <https://www.helden-atelier.de/blog/schwapa/o> <https://www.helden-atelier.de/blog/guldsmedenhotels/o> <https://www.helden-atelier.de/blog/happa/>

D3.2 Negativ-Aspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

Berichtsfrage
Kann das Unternehmen bestätigen, dass es keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen gibt?

Ich bestätige, dass dieser Aspekt für DAS HELDEN ATELIER nicht zutrifft.

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

D4.1 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz

Berichtsfragen

Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kund*innen eingeräumt, und wie wird darüber kommuniziert?
 Werden Impulse von Kund*innen zur sozial-ökologischen Verbesserung der Produkte und Dienstleistungen aufgenommen?
 Welche Produktinformationen sind öffentlich zugänglich (Inhaltsstoffe, Wertschöpfungskette, ökologisch relevante Informationen, Preisfindung)?

Das aktive Einholen von Kund*innen-Impulsen bei der Angebotsgestaltung halte ich für unumgänglich.

Auch meine Beratungsdienstleistung wird ausschließlich in enger Abstimmung mit meinen Kund*innen erbracht. Meine Rolle als Beraterin und Begleiterin verstehe ich so, dass Kund*innen definieren, welche Unterstützung sie suchen und mein Dienstleistungsangebot nach diesen Notwendigkeiten gestaltet wird, sofern möglich. Dabei ist mein Ansatz immerzu kooperativ und ko-kreativ.

Kund*innen-Feedback holte ich im Berichtszeitraum aktiv und systematisch ein und habe Verbesserungsvorschläge gerne umgesetzt.

Die Essenz meines Dienstleistungsangebotes ist es, meine Kund*innen dabei zu unterstützen, ihr Unternehmen nachhaltiger zu gestalten. Durch zahlreiche Interviews mit Nachhaltigkeits-Pionier*innen (für meinen Blog), lerne ich stetig Neues zu den Möglichkeiten sozial-ökologischer Verbesserungen. Dieses Wissen an meine Kund*innen weiterzugeben und sie zu ermutigen, ähnliche Schritte zu gehen, halte ich für meine Hauptaufgabe.

Alle Dienstleistungsangebote werden auf meiner Webseite vorgestellt. Da ausschließlich Dienstleistungen und keine materiellen Produkte angeboten werden, sind Fragen zu Inhaltsstoffen, Wertschöpfungskette und ökologisch relevante Informationen nicht relevant.

Der Umfang meiner Dienstleistungen sowie mein Honorar und Spesen sind für alle Kund*innen transparent und werden im Annäherungsprozess besprochen und verhandelt. Erste Überlegungen zur Veröffentlichung meines ethischen Preismodells, existieren.

Zusätzlich stelle ich über meine Gemeinwohl-Bilanzierung eine Transparenz meiner Dienstleistung her, die im Markt der Beratungsdienstleistung wohl eher ungewöhnlich ist.

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

2024

30

2023

30

Schätzung

Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes)

Nicht relevant

Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten

2024

0 %

2023

Preisbestandteilen (in % des Umsatzes) 0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt **Ausbau und Veröffentlichung meines Produktportfolios auf meiner Homepage**

Feedback seitens Kund*innen aktiv und systematisch eingeholt

Veröffentlichung erste Gemeinwohl-Bilanz

Verbesserungspotenziale/Ziele **Feedback-Fragebogen entwickeln**

Preise auf Homepage veröffentlichen (ethisches Preismodell)

D4.2 Negativ-Aspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Produkte keine Schadstoffe enthalten, die Kund*innen und Umwelt belasten und dass auch keine schädliche Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte entstehen?

Ich bestätige, dass dieser Aspekt für DAS HELDEN ATELIER nicht zutrifft.

Berühungsgruppe E

Gesellschaftliches Umfeld

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

E1.1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

Welche der neun Grundbedürfnisse (siehe weiterführende Informationen) erfüllen die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens?

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

In welcher Form dienen unsere Produkte und Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?

Welche gesellschaftlichen und ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch unseren Produkte und Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert (Orientierung an UN-Entwicklungszielen, siehe vertiefende Online-Informationen)?

Ziel meiner unternehmerischen Tätigkeit ist es, eine positive gesellschaftliche Wirkung in sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit zu erreichen. Alle meine Aktivitäten sind darauf ausgerichtet, Problemlösungen aufzuzeigen, die Menschen in ihrem persönlichen Wachstum stärken, natürliche Ressourcen schonen und eine soziale und gerechte Gesellschaft fördern.

Meine Beratungsdienstleistung ist darauf ausgerichtet, ethisches Wirtschaften und die Werte der GWÖ, insbesondere in der Touristikbranche, zu etablieren. Dabei ist die GWÖ-Bilanz für mich DAS bevorzugte Werkzeug, um eine langfristige werte-orientierte Firmenstrategie zu fördern. Mit meinem Dienstleistungsangebot unterstütze ich meine Kund*innen dabei, zukünftig noch mehr Teil der Lösung, anstatt Teil des Problems, zu sein.

Die regelmäßige Veröffentlichung von Blogbeiträgen trägt dazu bei, Unternehmen für ein "Handeln zum Wohle aller" zu sensibilisieren und idealerweise zu inspirieren/motivieren.

Da ich keine Dienstleistungen für Privatkunden anbiete ist die Beurteilung an Grundbedürfnissen (z.B. nach Neef/Rosenberg oder Maslow) nicht sehr hilfreich. Jedoch sehe ich insbesondere zwei Grundbedürfnisse durch mein Angebot erfüllt. Zum einen das Grundbedürfnis der **Lebenserhaltung**, da ich meine Kund*innen u.a. dabei unterstütze, ihr Unternehmen ökologisch auszurichten und somit einen Beitrag zum Erhalt des Planeten zu leisten. Zum anderen auch das Grundbedürfnis nach **Identität und Sinn** sowie **Verstehen/Einführung**.



Passender ist das Beurteilen meiner Dienstleistung, indem man die Sustainable Development Goals (SDGs) der UN zu Rate zieht. Folgende der 17 SDGs konnten identifiziert werden, die in den Projekten, an denen ich beteiligt bin, gefördert werden:

- Ziel 3: Gesundheit und Wohlergehen
- Ziel 5: Geschlechtergleichheit
- Ziel 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum
- Ziel 9: Industrie, Innovation und Infrastruktur
- Ziel 10: Weniger Ungleichheiten
- Ziel 12: Nachhaltiger Konsum und Produktion
- Ziel 13: Maßnahmen zum Klimaschutz

Darüber hinaus erreiche ich durch meine ehrenamtliche Arbeit in der Regionalgruppe München der Gemeinwohlökonomie auch viele Menschen und Unternehmen, ausserhalb meines Kund*innenkreises. Ich arbeite aktiv in der Arbeitsgruppe Unternehmen mit, die es sich vorallem auf die Fahne geschrieben hat, Veranstaltungen zur Information und auch Vernetzung untereinander, zu organisieren und entsprechende Themen aufzugreifen.

Über das Netzwerk der Regionalgruppe München bin ich auch in Kontakt mit anderen nachhaltigen Organisationen, z.B. Münchener Initiative für Nachhaltigkeit. Ich unterstütze auch gerne und oft deren Projekte und Veranstaltungen. So habe ich beispielsweise initiiert, dass die Gemeinwohl-Ökonomie als Unterstützer*in beim Projekt "Faire Wiesn" (für einen nachhaltige Wiesn) aufgetreten ist. Die Aktion hatte großes Medieninteresse und sicherlich viele Menschen, auch außerhalb von München, erreicht – jedoch leider nicht messbar.

Anteil in % des Gesamtumsatzes für erfüllte Grundbedürfnisse

2024	100 %
2023	100 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für erfüllte Bedürfnisse nach Statussymbolen bzw. Luxus

2024	0 %
2023	0 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Entwicklung der Menschen

2024	60 %
2023	60 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Entwicklung der Erde/ Biosphäre

2024	60 %
2023	60 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes zur Lösung gesellschaftlicher oder ökologischer Probleme laut UN-Entwicklungszielen

2024	60 %
2023	60 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit

2024	100 %
------	-------

Mehrfachnutzen bzw. einfachem Nutzen	2023	100 %
Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit hemmendem bzw. Pseudo-Nutzen	2024	0 %
	2023	0 %
Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit Negativ-Nutzen	2024	0 %
	2023	0 %

E1.2 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine der aufgelisteten menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen produziert oder verkauft werden?

Ich bestätige, dass dieser Aspekt für DAS HELDEN ATELIER nicht zutrifft.

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

E2.1 Beitrag zum Gemeinwesen

Berichtsfragen

Welchen direkten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen zur Sicherung des Gemeinwesens (z.B. in Form von Ertragsteuern, lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen)? Welche direkten materiellen Unterstützungen (z.B. Förderungen, Subventionen) erhält das Unternehmen andererseits?

Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet? Worin besteht der Eigennutzen an diesen Aktivitäten?

Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens?

Wie stellt das Unternehmen sicher, dass illegitime Steuervermeidung oder Korruption und negativer Lobbyismus nicht begünstigt bzw. verhindert werden?

Bei DAS HELDEN ATELIER werden sämtliche Steuern gezahlt (Umsatzsteuer, Einkommensteuer, Solidaritätszuschlag), es werden Beiträge in die gesetzliche Kranken- und Pflegeversicherung geleistet und es werden Spenden für Institutionen, die ich für besonders wertvoll erachte, getätigt.

Da es sich bei DAS HELDEN ATELIER um ein EPU handelt, werden keine indirekten Beiträge durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und die damit verbundenen Steuern und Abgaben geleistet.

In den Berichtsjahren habe ich zur Sicherung meiner Existenz einen Existenzgründungszuschuss der Bundesagentur für Arbeit bezogen.

Als aktives Mitglied in der Arbeitsgruppe UNTERNEHMEN der GWÖ-Regionalgruppe München arbeite ich ehrenamtlich für die öko-soziale Weiterentwicklung unserer Gesellschaft. Mein ehrenamtliches Engagement betrug im Berichtsjahr ca. 120 Stunden.

Außerdem unterstützte ich mit Spenden das Projekt „Bedingungsloses Grundeinkommen“, den Bund Naturschutz und das Deutsche Rote Kreuz mit insgesamt ca. 2% meines Nettoeinkommens im Berichtsjahr.

Sowohl meine berufliche, als auch ehrenamtliche, Tätigkeit dient der Verbreitung der Ideen und der Werte der Gemeinwohl-Ökonomie. In zahlreichen Blogbeiträgen und Social Media Posts thematisiere ich meine Arbeit und hoffe, dadurch Unternehmen zu sensibilisieren bzw. zu inspirieren/motivieren.

Für die Zukunft gibt es Pläne, einen fixen Teil des Unternehmensgewinns für die Unterstützung eines gemeinnützigen Projekts im Bereich Stärkung des Öko-Tourismus, aufzubringen. Diese Unterstützung soll langfristig angelegt werden, sobald das Unternehmen über eine solide finanzielle Basis verfügt.

Erlöse 2024
29.383 €
2023
28.162 €

Abgaben 2024
8.088 €
2023
8.138 €

2023: Umsatzsteuer, gesetzliche Kranken- und Pflegeversicherung, Einkommensteuer.

2024: Umsatzsteuer, gesetzliche Kranken- und Pflegeversicherung, Einkommensteuer noch ausstehend.

Subventionen 2024
1.200 €
2023
13.616 €

Existenzgründungszuschuss (Bundesagentur für Arbeit)

Wertschöpfung	2024 30.583 €
	2023 41.778 €
Netto-Abgabenquote	2024 26 %
	2023 20 %
Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen in % des Umsatzes	2024 2 %
	2023 2 %
Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen in % der Gesamtjahresarbeitszeit	2024 9 %
	2023 9 %
	ca. 120 h/ Jahr ehrenamtliche Arbeit für die GWÖ (bezogen auf eine geschätzte Gesamtjahresarbeitszeit von ca. 1380 h)
Verbesserungspotenziale/Ziele	Gemeinnütziges Projekt zur Stärkung des Öko-Tourismus langfristig unterstützen, sobald finanziell möglich

E2.2 Negativ-Aspekt: Illegitime Steuervermeidung

Berichtsfrage	Ich bestätige, dass dieser Aspekt für DAS HELDEN ATELIER nicht zutrifft.
Kann das Unternehmen bestätigen, dass es keinerlei Praktiken betreibt, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entziehen?	

E2.3 Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention

Berichtsfrage	Ich bestätige, dass dieser Aspekt für DAS HELDEN ATELIER nicht zutrifft.
Kann das Unternehmen bestätigen, dass es selbst keine korruptionsfördernden Praktiken betreibt und dass sämtliche Lobbying-Aktivitäten offengelegt wurden?	

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

E3.1 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Berichtsfragen

Welche negativen Umweltwirkungen in Bezug auf Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse?

Welche Daten zu den wesentlichen Umweltwirkungen (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?

Wie werden Umweltdaten veröffentlicht?

DAS HELDEN ATELIER wirkt mit folgenden Maßnahmen gegen die Überschreitung planetarer Grenzen entgegen:

- Vermeidung von Flügen und weitestgehend von Autofahrten zu Kundenterminen (Alternative: DB)
- Vermeidung von unnötigen Ausdrucken am Drucker
- Achtsamer Umgang mit Strom- Wasser und Heizungsverbrauch
- Vermeidung von unnötigen Neuanschaffungen
- Mülltrennung

Aus meiner Unternehmenstätigkeit ergeben sich nur geringe ökologische und Klimaauswirkungen. Diese entstehen vorallem aus Strom und Heizung für mein Arbeitszimmers (Home Office) sowie durch Reisetätigkeiten.

Die ökologischen Auswirkungen meiner Reisetätigkeiten wurden bereits in D3 erläutert.

Mein Arbeitszimmer befindet sich in unserem privaten Wohnhaus, in dem ich gemeinsam mit meinem Mann lebe. Heizung und Strom werden für das Arbeitszimmer nicht getrennt erfasst, jedoch macht mein Arbeitszimmer ca. 10% unserer gesamten Wohnfläche aus. Auf das maßvolle Nutzen von Strom, Heizung und Wasser wird geachtet. Wir beziehen 100% Öko-Strom aktiv von Green Planet Energy und Co2 neutrales Erdgas von Polarstern. 2019 wurde eine neue energieeffiziente Heizungsanlage eingebaut, wodurch sich unser Jahresgasverbrauch um ca. 40 % reduziert hat.

Darüberhinaus wird auf den maßvollen Umgang mit der Anschaffung neuer Güter geachtet und nur gekauft, überwiegend aus zweiter Hand, was wirklich benötigt wird.

Mülltrennung ist für uns selbstverständlich. Ebenso das Vermeiden von unnötigen Ausdrucken.

Erhoben wurden bisher der Strom-, Gas-, Transport- und Benzinverbrauch und in meiner ersten Gemeinwohl-Bilanz veröffentlicht.

Relevante Umweltkonten des Unternehmens

2023

Chemikalienverbrauch (giftig, ungiftig)	km, Liter, m ³	kg CO ₂	tco ₂
Ausstoß klimawirksamer Gase	nicht relevant		
Transporte: Bahnfahrten Fernverkehr (0,031 kg/km)	5130	159	0,159
Transporte: Bahnfahrten, Nahverkehr & ÖPNV (0,058 kg/km)	1300	75	0,075
Transporte: Autofahrten (0,148 kg CO ₂ /km)	611 km	90	0,09
Benzinverbrauch (und dessen CO ₂ -Äquivalent)	nicht relevant		
Stromverbrauch (Ökostrom aktiv von Green Planet Energy)*	318 kWh	13	0,013
Gasverbrauch (Ökogas von Polarstern)*	1032 kWh	206	0,206
Heizenergie	nicht relevant		
Verbrauch von Trink- und Regenwasser*	13 m ³		
Chemikalienverbrauch (giftig, ungiftig)	nicht relevant		
Papierverbrauch	nicht messbar		
Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien	nicht relevant		
Kunstlichteinsatz	nicht messbar		
CO₂ Emissionen		543	0,453
*anteilig für meine Bürofläche			

Verbesserungspotenziale/Ziele Sinnvolle und erschwingliche Modernisierungsmaßnahmen laut Ergebnis aus der erfolgten Energieberatung umsetzen

Energieberatung in Anspruch nehmen

E3.2 Negativ-Aspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es nicht gegen Umweltauflagen verstößt bzw. die Umwelt nicht unangemessen belastet?

Ich bestätige, dass dieser Aspekt für DAS HELDEN ATELIER nicht zutrifft.

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

E4.1 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Berichtsfragen

Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst, und in welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation, Zugänglichkeit für die Öffentlichkeit)?

Wie können Bürger*innen in Dialog treten und gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?

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

Eine transparente, vollständige und faktenbasierte Informationspolitik, die ich insbesondere mit der Veröffentlichung dieses zweiten GWÖ-Berichtes erreichen will, ist mir sehr wichtig.

Der erste GWÖ-Bericht von DAS HELDEN ATELIER wurde auf www.ecogood.org veröffentlicht. Ausserdem verweist das neue ECONGOOD-Label, welches ich in meiner E-Mail Signatur prominent führe, auf das GWÖ-Testat und eine kurze Einleitung zum Bericht. Der zweite GWÖ-Bericht wird zusätzlich auch auf der Unternehmens-Webseite veröffentlicht werden.

Über meine Tätigkeiten informiere ich ausführlich und regelmäßig über die gängigen Social Media-Seiten. Auf Nachfrage stelle ich gerne weitergehende Informationen zur Verfügung.

Auf einen strukturellen Rahmen für die Einbeziehung gesellschaftlicher Interessengruppen wird aktuell verzichtet. In sozialen Medien kommuniziere ich jedoch kontinuierlich, Kommentare, Wünsche und Vorschläge werden gesichtet, zeitnah beantwortet und ggf. dokumentiert. Ich biete dem gesellschaftlichen Umfeld auf mehreren Plattformen und per Telefon und Mail die Möglichkeit mit mir in Kontakt zu treten.

Veröffentlichung eines Gemeinwohl-Berichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung

2024

Ja

2023

Ja

Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen (in % der relevanten Entscheidungen, je nach Mitentscheidungsgrad)

nicht relevant.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Veröffentlichung erster GWÖ-Bericht

im Dezember 2023

Gemeinwohl-Orientierung auf Webseite kommuniziert

Gemeinwohl-Orientierung in Kund*innenkommunikation aufgenommen

Verbesserungspotenziale/Ziele

Zweiten GWÖ-Bericht auf Webseite verlinken

E4.2 Negativ-Aspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es keine falschen Informationen über das Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene verbreitet?

Ich bestätige, dass dieser Aspekt für DAS HELDEN ATELIER nicht zutrifft.

Ausblick

Kurzfristige Ziele

- Kooperation mit anderen (Gemeinwohl-)Berater*innen oder gemeinwohlnahen Akteur*innen
- Ausweitung meiner Tätigkeit als Gemeinwohl-Beraterin
- Ausbildung zur Gemeinwohl-Auditorin
- Langfristige Begleitung & Unterstützung von gastgewerblichen Unternehmen beim Ziel der nachhaltigen Unternehmensausrichtung
- Erneute Dozentinentätigkeit bei der Hochschule München, Fakultät für Tourismus

Langfristige Ziele

- Erneute Re-Zertifizierung DAS HELDEN ATELIER, idealerweise mit verbesserter Punktezahl
- Kontinuierlicher Ausbau der Kooperation mit anderen (Gemeinwohl-) Berater*innen oder gemeinwohlnahen Akteuren
- Erfolgreiche Tätigkeit als GWÖ-Auditorin
- Erreichen einer „Vorbildfunktion“, die andere inspiriert und zum Umdenken hin zu gemeinwohlorientiertem Handeln anregt
- Aktive Weiterentwicklung der Gemeinwohl Ökonomie Bewegung



EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Richtlinie zur nichtfinanziellen Berichterstattung nach 2014/95/EU)

Auf eine Erklärung zur Konformität mit der bestehenden EU-Richtlinie zur Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen wird verzichtet.

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)

Die vorliegende Gemeinwohl-Bilanz wurde von Sandra Wacker erstellt.

Es waren keine Stakeholder involviert.

Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?

35 Stunden

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

Nicht relevant, da EPU.

Anhang

Anhang 1: Anmerkungen zu Angaben im GWB-Rechner

A: Lieferant*innen

B: Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen

Bilanzaktiva keine Bilanz, nur EÜR

Zugänge zum Anlagevermögen 2023:
422,- Bürostuhl (2nd Hand)
116,- Drucker/Scanner
117,- Tastatur

C: Mitarbeitende

Anzahl der Mitarbeitenden (in
Vollzeitäquivalenten) EPU

Durchschnittlicher Arbeitsweg
der Mitarbeitenden Tätigkeit wird überwiegend im Home Office ausgeführt.

D: Kund*innen und Mitunternehmen

E: Gesellschaftliches Umfeld

DAS HELDEN ATELIER

Kompaktbilanz nach Gemeinwohl-Matrix 5.0.1

Berichtszeitraum: 01.01.2023 bis 31.12.2024

Erstellungsdatum: 29.01.2025

Dieser Bericht wurde in goodbalancer erstellt
www.goodbalancer.org

