



Christine Ehlers
w^erterleben.

GWÖ-BERICHT

Berichtszeitraum 2021 - 2022

EXPOSÉ

Mit dieser Kompaktversion der Gemeinwohlbilanz beschreibt die Inhaberin des Labels **w^erterleben**, dessen Unternehmungen aus der Perspektive der Gemeinwohlorientierung.

In 5 Teilen werden Zulieferkette, Finanzpartner, interne und externe Prozesse und Wirkungen erfasst.

Christine Ehlers
Autorin

Inhalt

Allgemeine Informationen zum Unternehmen	2
Kurzpräsentation des Unternehmens	2
Produkte Dienstleistungen	3
Das Unternehmen und Gemeinwohl	4
Testat	5
A Lieferant:innen	
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	6
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	13
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	15
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	17
B Eigentümer:innen und Finanzpartner:innen	
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	19
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	21
B3 Sozial-ökologische Investition und Mittelverwendung	23
B4 Eigentum und Mitentscheidung	24
C Mitarbeitende	
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	26
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	28
C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden	31
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	32
D Kund:innen und Mitunternehmen	
D1 Ethische Kundenbeziehung	34
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	39
D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	44
D4 Kund:innen-Mitwirkung und Produkttransparenz	46
E Gesellschaftliches Umfeld	
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	50
E2 Beitrag zum Gemeinwesen	58
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	64
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	67
Ausblick	70
Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz	72

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname: Christine Ehlers – **w**erterleben.
Rechtsform: Einzelunternehmen
Eigentums- und Rechtsform: inhaberingeführt
Website: www.wert-erleben.de
Branche: Consulting, Coaching, Mediation
Firmensitz: Berlin
Gesamtanzahl der Mitarbeitenden: 1+ 6 Bündnispartner:innen
Vollzeitäquivalente: 1
Saison- oder Zeitarbeitende: 0
Umsatz: 69 T
Jahresüberschuss: wird nicht veröffentlicht
Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen: Keine
Berichtszeitraum: 2021 - 2022

Kurzpräsentation des Unternehmens

Ich – Christine Ehlers – bin seit 2017 selbstständig. 2018 entwickelte ich das Label **w**erterleben., unter dem ich Kommunikations- und Teambberatung, Mediationen & Coachings anbiete. Weitere Felder bilden die Unternehmensberatung und Leadership-Trainings. Hier kooperiere ich mit Partner:innen aus Kultur und Organisationsentwicklung. Die Zielgruppen von **w**erterleben. sind gemeinwohlorientierte Organisationen sowie kulturaffine Einzelpersonen in ihren Arbeitskontexten.

Konstruktive Kommunikation ermöglicht gute Zusammenarbeit und kann Reibungsverluste reduzieren. Dies kommt gerade Kleinst- und Non-Profit-Organisationen zugute, die häufig mit schmalen Budgets haushalten müssen. Gemeinwohlorientierte Organisationen wie Kulturbetriebe und Wohnungs(bau)genossenschaften müssen zudem Interessen mit Prozessen, Idealismus mit Pragmatismus, gesellschaftliche, wirtschaftliche und Verwaltungszielen zusammenzubringen: effektiv, geregelt, verantwortlich, nachhaltig, wertschätzend.

Hier kommt **w**erterleben. ins Spiel – mit gleichermaßen kreativen wie pragmatischen Beratungsformaten, konstruktiver Konfliktlösung, erlebnisbasierter (Team-)Persönlichkeitsentwicklung und starken Netzwerkpartnern mit komplementären Kompetenzen. Wir bauen Brücken zwischen Kultur und Wirtschaft, heben die Schätze der menschlichen Vielfalt und vermitteln zwischen verschiedenen Blickwinkeln und Positionen für Win-Win-Ergebnisse auf Augenhöhe. Damit wollen wir am Ausbau einer neuen Wirtschaftskultur mitwirken; in der die Welt wieder vom Kopf auf die Füße gestellt wird, indem die Wirtschaft den Menschen dient, und nicht umgekehrt.

Produkte / Dienstleistungen

Werterleben. bietet wissensbasierte Dienstleistungen hauptsächlich in drei Kategorien an. 2021 und 2022 versammelten sich unter

1. BeratungskUNST die Angebote

- a. Projektbegleitung zum Umsetzen von gemeinwohlorientierten Utopien
- b. *Kultur hilft Wirtschaft*, ein Drei-Monats-Programm zur Identifizierung persönlichkeits- und werteorientierter Businesspotenziale aus kultureller Perspektive

2. KonzeptMEDIATION die Leistungen

- a. Konzeptentwicklung zur Stadt(teil)entwicklung mit kulturell-künstlerischen Ansätzen
- b. Moderation von Fachveranstaltungen zum Thema kulturelle Stadt(teil)gestaltung – z.B. Workshops, Kongresse, Partizipationsprozesse

3. TeamKULTUR die Formate

- a. Leadership-Coaching und -Training mit Fokus auf wertschätzender Haltung für Unternehmer:innen und Führungskräfte
- b. Workshops und Mentoringprogramme für Teams und Kleinstunternehmen
- c. Mediationen und Konfliktmoderationen für Teams & Gruppen; Mediations-Weiterbildungsangebote

Daneben arbeitet Christine Ehlers, die in Vergangenheit PR-Managerin war, für ausgesuchte Stammkunden als Texterin und Lektorin.

Anteile im Berichtszeitraum

	BeratungskUNST	KonzeptMEDIATION	TeamKULTUR	Text
2021	31%	0%	55%	14%
2022	21%	21%	55%	4%

Das Unternehmen und Gemeinwohl

- Welchen Bezug hat Ihr Unternehmen zur Gemeinwohl-Ökonomie?
- Welche Aktivitäten bzw. welches GWÖ-Engagement gab es im letzten Jahr vor der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz?
- Wer ist die Kontaktperson im Unternehmen für die GWÖ (inkl. Kontaktdaten)?

w**er**terleben. nutzt die weltweiten Nachhaltigkeitsziele (SDG), die daraus abgeleiteten europäischen ESG-Kriterien (Environmental, Social, Governance) und nicht zuletzt die Allgemeinen Menschenrechte als hilfreiche Orientierungsrahmen bei der Ausgestaltung der Angebote und als Leitplanke zur Entscheidung, mit welchen Kunden wir zusammenarbeiten.

Die Mitglieder des Bündnisses setzen sich in unterschiedlicher Ausprägung ein für Menschenwürde, Solidarität und soziale Gerechtigkeit, ökologische und kulturelle Nachhaltigkeit sowie Beteiligung und Diskurs auf Augenhöhe. Mehr dazu hier: <https://www.wert-erleben.de/wir/>

Christine Ehlers kommt durch die aktive Teilnahme am Kongress SINN|MACHT|GEWINN regelmäßig mit dem Thema Gemeinwohl-Ökonomie in Kontakt und in den Austausch. Im 2. Berichtsjahr unterstützte sie ein GWÖ-Unternehmer-Netzwerk als Mediatorin. Sie übernahm Aufgaben in mehreren Projekten mit Geflüchteten und koordinierte eines zur Entwicklung einer Kalkulations- und Konfigurations-Software für klimaneutrale und -positive Haustechnik-Kombinationen, um einen Beitrag zur Energiewende zu leisten.

Ehrenamtlich engagierte sie sich als Sprecherin der AG *Diversity und Mediation* im MediationsZentrum Berlin-Schöneberg sowie als Schatzmeisterin eines Chapters im Business Network International.

Christine Ehlers | ce@wert-erleben.de | +49. 175. 574 0699

Testat



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



Zertifikat: **Peerevaluation** **Gemeinwohl-Bilanz** **Christine Ehlers-werterleben**

M5.0 Kompaktbilanz **2021 – 2022 (im Folgenden die Zahlen aus 2022)** **PG-Berlin-2023-02**

zert. Begleiter*in **Thomas Uloth** **Femke Grabbert** **Beteiligte Peergruppen Firmen**

Business-health
blueContec GmbH
make world wonder

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Beirungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 20 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 20 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 40 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 10 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 40 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 30 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 20 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 0 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 40 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 30 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 30 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: /.
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 50 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 60 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 10 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 40 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 40 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 60 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 20 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 40 %

Zertifikat gültig bis **31.08.2025** **BILANZSUMME: 313**

Mit diesem Zertifikat wird die Peerevaluation des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Zertifikat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. ZertifikatID: rqz1m
Nähere Informationen zur Matrix und dem Peersystem finden Sie auf www.ecogood.org

Hamburg, 27.08.2023

Bridget Knapper and Manfred Jotter / Executive Directors
International Federation for the Economy for the Common Good e.V., VR 24207

INTERNATIONAL FEDERATION
for the Economy for the Common Good e.V.

KAPITEL A | LIEFERANT:INNEN

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Selbsteinschätzung: 2 Punkte von 10

direkten Zulieferer werden hinsichtlich der Arbeitsbedingungen geprüft; Inhaberin legt zunehmend Wert auf ethisches Verhalten ihrer Zulieferer gegenüber Menschen; sie folgt bei der Entscheidung für Zulieferer einem Entscheidungsprozess und hat Black- und Whitelists; evaluiert nicht die gesamte Lieferkette, sondern verlässt sich auf die Selbstaussagen der eigenen Lieferanten.

ZUGEKAUFTE DIENSTLEISTUNGEN

(in Prozent an den Gesamtausgaben für 2021 | 2022)

Weiterbildung (2021: 36% | 2022: 24%)

Coaching / Mentoring für die Inhaberin

Die Inhaberin nimmt regelmäßig Coachings in Anspruch und hat seit 2022 eine Mentorin.

Supervisionen, Weiterbildungen und Interventionen im Bereich Mediationen

Übereinstimmend mit den Anforderungen der Ausbildungsverordnung ZMediatAusbV lässt sich die Inhaberin Christine Ehlers - **wernerleben.** regelmäßig supervidieren und nimmt an fachspezifischen Weiterbildungen teil.

Steuerbuchhaltung & Versicherungen (2021: 7% | 2022: 4%)

Christine Ehlers – **wernerleben.** hat im Berichtszeitraum ihr Steuerberatungsbüro gewechselt. Sowohl das alte Büro wie auch den neuen Steuerberater fand sie durch Empfehlungen. In beiden Fällen erfolgt(e) die Übermittlung der Unterlagen digital. Die Preispolitik ist transparent und fair. Zu Versicherungen lässt die Inhaberin sich von einer unabhängigen Versicherungsmaklerin beraten, die ihr von der Gründerinnenzentrale empfohlen wurde. Ihre Haftpflicht hat sie bei der Continentale. Diese Versicherung informiert über ihre Verfahrensweisen in der Lieferkette und bietet eine Kontaktmöglichkeit zum Thema: <https://www.continentale.de/lksg> (siehe auch Berichtsteil B).

Fachliche Dienstleistungen (2021: 2% | 2022: 19%)

Reflecting Team

Christine Ehlers – **wernerleben.** arbeitet in der Unternehmensberatung mit mehreren Kulturtätigen zusammen. Inhaltlich und konzeptionell arbeiten wir auf Augenhöhe. Betriebswirtschaftlich laufen die Prozesse über Christine Ehlers – **wernerleben.**, so auch die Rechnungsstellung. Deshalb werden diese Partner hier auch unter den Dienstleister:innen

genannt. Dies ist auch deshalb sinnstiftend, weil das Wertesystem des Unternehmens – skizziert in den Berichtsteilen C und D – auf alle Menschen anzuwenden ist

Konfektionierung von Audiofiles

Insbesondere im Modul *Kultur hilft Wirtschaft* erhalten Auftraggeber:innen konfektionierte Audiomitschnitte der Beratungssessions. Diese fertigt der Komponist und Sounddesigner Andreas Hanten (Köln) an.

IT-Betreuung & Grafikdesign-Dienstleistungen

In sämtlichen Anliegen rund um Rechner, Betriebssysteme und Bürosoftware, IT Provider u.ä. nimmt Christine Ehlers die Dienste von Matthias Schultze von Schultze Mücke GbR in Anspruch. Beim Thema Websites arbeitet sie mit seiner Frau Tanja Mücke zusammen. Sie stehen für vier Kernwerte (verantwortungsvoller Umgang mit der natürlichen Umwelt, Vertrauen und Zuhören, Humor und eine klare Haltung), gehören zu *entpreneurs4future* und unterstützen diverse Naturschutzinitiativen. Mit Energie versorgen sie sich aus Erdwärme und Ökostrom. Sie arbeiten mit Ökodruckereien zusammen und beziehen ihre Büromaterialien von „Memo – nachhaltig einkaufen“. Mehr dazu

<https://sao-berlin.de/ueber-uns/>

IT-Dienstleistungen (2021: 4% | 2022: 5%)

Access-Provider

Sowohl im Homeoffice als auch im Büro nutzt Christine Ehlers – **wernerleben.** den Provider 1und1. Das Unternehmen möchte nach eigenen Angaben mit Blick auf die weltweiten Nachhaltigkeitsziele besonders dazu beitragen, dass die Ziele 8, 9, 12, 13 erreicht werden. Ebenfalls nach eigenen Angaben nutzt das Unternehmen nach Möglichkeit erneuerbare Energien und – wo dies nicht möglich ist – gleichen sie über Zertifikate aus (RECs). Auf sozialer Ebene engagiert sich 1und1 in der Stiftung United Internet für Unicef. Das Unternehmen folge dem Geschäftspartnerkodex der United Internet, den es im Rahmen seines Nachhaltigkeitsberichts online veröffentlicht

- <https://unternehmen.1und1.de/unternehmen/soziales-engagement/>
- <https://unternehmen.1und1.de/unternehmen/nachhaltigkeit/>
- https://imagepool.1und1.ag/v2/download/nachhaltigkeitsbericht/1und1-AG_NB_2022_DE.pdf

Websitehosting

Die Websites von Christine Ehlers - **wernerleben.** werden bei Hetzner gehostet – einem in Deutschland ansässigen Provider mit herausragenden Sicherheitsstandards, der Strom aus erneuerbaren Energien bezieht, für seine Services mehrfach in der Fachpresse ausgezeichnet wurde und sich sozial engagiert. Mehr dazu

- <https://www.hetzner.com/de/unternehmen/zertifizierung/>
- <https://www.hetzner.com/de/unternehmen/umweltschutz/>
- <https://www.hetzner.com/de/unternehmen/engagement/>

Email-Provider

Die mit den Websites verbundenen Email-Adressen hat Christine Ehlers – werterleben. ebenfalls bei Hetzner. Das personenbezogene Postfach hat sie bei Mail.de. Dieser deutsche Email-Provider steht für einen hohen Sicherheits- und Datenschutzstandard und engagiert sich im Umweltschutz, indem er für Kund:innen wie Christine Ehlers Bäume pflanzt. Daneben unterstützt der Anbieter verschiedene regionale Klimaprojekte.

- <https://mail.de/de/umwelt/>
- <https://mail.de/de/report>

Büroarbeitsplatz (2021: 10% | 2022: 8%)

Christine Ehlers – werterleben. ist seit 2022 Mitglied in der Bürogemeinschaft AM19. Gemeinsam legen wir großen Wert auf ressourcenschonende und umweltfreundliche Materialien. Papier beziehen wir von Steinbeis; wiederbefüllbare Patronen von Epson, Glasgefäße zum Aufbewahren von Essen u. v. m. Die Reinigungskraft ist persönlich bekannt, angemeldet und wird von uns mit Wertschätzung behandelt. Vereinbarungen zu ihren Arbeitszeiten treffen wir in der Win-Win-Logik.

- Steinbeis:
<https://www.stp.de/lieferanten>
<https://www.stp.de/unternehmen>
- Epson
<https://corporate.epson/en/sustainability/supply-chain/>

Zuvor war sie Mitglied in der Bürogemeinschaft Belziger Straße, in der Drucker gemeinsam genutzt wurden.

PRODUKTE

Software (2021: 1% | 2022: 2%)

Suchmaschinen

Christine Ehlers - **wernerleben.** nutzt die Suchmaschinen Ecosia und Startpage. Ecosia pflanzt Bäume; Startpage gilt als die Suchmaschine mit den wirksamsten Datenschutzrichtlinien; der Anbieter sitzt in Holland. Die Suchmaschine hat 2006 das Europäische Datenschutzsiegel EuroPriSe erhalten und wurde 2009 von der Stiftung Warentest für ihre vorbildliche Datenschutzerklärung ausgezeichnet. Gelegentlich nutzt Christine Ehlers noch den Metacrawler DuckduckGo.

Internetbrowser

Der von Christine Ehlers – **wert**erleben. meist genutzte Internetbrowser ist Firefox. Dazu kommt Safari.

Messengerdienste

Zur Kommunikation mit Auftraggeber:innen und Partner:innen nutzt Christine Ehlers Signal und Threema, gelegentlich auch iMessage.

Büroanwendungen

Christine Ehlers - **wert**erleben. arbeitet vorwiegend mit Microsoft 365 und über deren Cloud. Da sie auch Apple Geräte im Einsatz hat, kommen entsprechend Anwendungen wie Keynote und Apple Maps hinzu sowie die iCloud.

- <https://query.prod.cms.rt.microsoft.com/cms/api/am/binary/RE4q2e3>
- <https://www.apple.com/de/supplier-responsibility/>

Content Management Systeme

Bis Anfang 2022 nutzte Christine Ehlers – **wert**erleben. das Baukastensystem des Hamburger Unternehmens Jimdo. Infolge zunehmender Einschränkungen in der Flexibilität des CMS bei gleichzeitiger Kostensteigerung stieg Christine Ehlers dann auf Wordpress um.

Technische Geräte (2021: 3% | 2022: 1%)

Christine Ehlers - **wert**erleben. hat letztmalig 2017 ein brandneues Gerät gekauft; nur Zubehör wie Tastaturen, Kabel, Steckdosen etc. sind noch Neuware. Ansonsten kauft sie wiederaufbereitete Rechner, Smartphones, Fritzboxen und Drucker.

Diese bezieht sie vor allem über rebuy – einem Unternehmen aus dem Berliner Umland, das einen Ethikkodex auf seiner Website veröffentlicht hat. Als zweiten Anbieter bevorzugt die Inhaberin notebooksbilliger aus dem Raum Stuttgart. Das Unternehmen, das sowohl Neuware als auch wiederaufbereitete Geräte verkauft, setzt sich für Nachhaltigkeit ein: „Unser Ziel ist es, alle wesentlichen direkt beeinflussbaren Nachhaltigkeitsthemen ab unserem Einkauf von Waren bei Lieferanten bis zur Lieferung der Waren an unsere Kunden nachhaltig zu beeinflussen und kontinuierlich CO2-Emissionen einzusparen.“ (Auszug aus der Website). Mehr dazu

- Rebuy Ethikkodex: https://uploads-ssl.webflow.com/617683b63291295dfbb6e556/63e3598535c0cfd0c7e636d1_rebuy-code-of-ethics%20DE.pdf
<https://company.rebuy.com/sustainability-circularity>
- Notebooksbilliger Nachhaltigkeit: <https://service.notebooksbilliger.de/help/de-de/84-nachhaltigkeit/367-nachhaltigkeit-bei-nbb>

Büromöbel (2021: 7% | 2022: 6%)

Christine Ehlers - **wernerleben.** nutzt das Mobiliar der Bürogemeinschaft, ergänzt um einen Bürostuhl von IKEA. Die Ausstattung im Homeoffice kaufte sie über ebay und etsy. Hierbei handelte es sich um Neuware. Für größere Möbelstücke informierte sich die Inhaberin auch über Plattformen wie officce-for-sale.de und daszweitebuero.de nach Möbelstücken – hat diese Käufe aber zunächst zurückgestellt. Beide Anbieter haben Standorte in oder um Berlin, sodass die Transportwege möglichst kurz wären.

Fachbücher (2021: 1% | 2022: 1%)

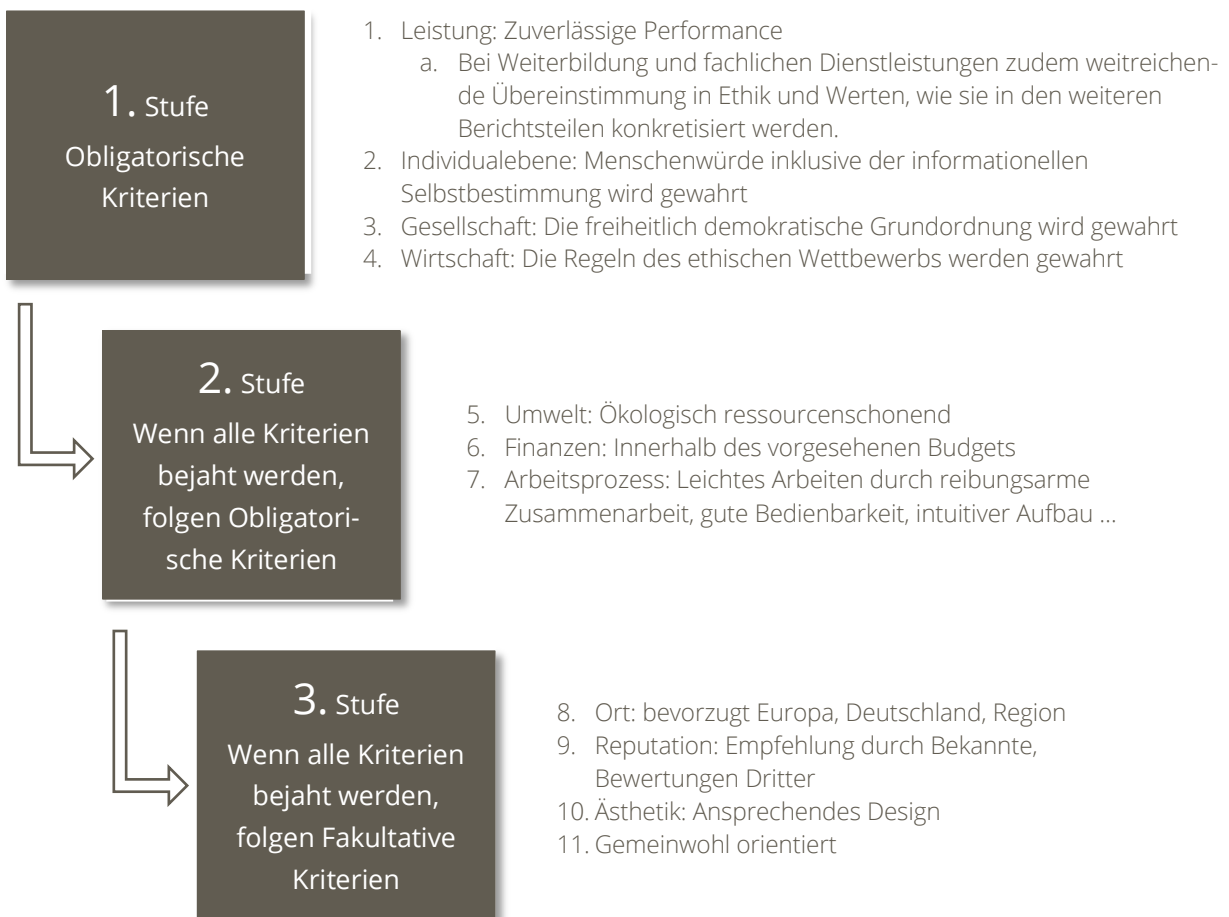
Sämtliche Fachbücher bestellt und holt Christine Ehlers in ihrer Kiezbuchhandlung.

Büromaterial und Moderationsbedarf (2021: 3% | 2022: 1%)

Im Berichtszeitraum bestellte Christine Ehlers ihren persönlichen Bedarf an Büro- und Moderationsmaterial bei unterschiedlichen Online-Händlern oder kaufte sie in einem McPaper-Laden um die Ecke. Umgang mit Lieferketten u.ä. waren dabei kein Entscheidungskriterium; recycelte Produkte hingegen schon.

Nach welchen Kriterien werden Lieferant:innen ausgewählt?

Christine Ehlers – **wernerleben.** wählt Dienstleister:innen, Lieferant:innen und Produkte grundsätzlich im folgenden Entscheidungsprozess aus:



Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette überprüft bzw. evaluiert?

Üblicherweise überprüft Christine Ehlers - **wernerleben.** vor der ersten Zusammenarbeit, Beauftragung oder Nutzung einer Dienstleistung oder eines Angebots ausführlich entlang der zuvor aufgeführten Kriterien. Dazu liest sie z.B. veröffentlichte Berichte auf den Websites der Anbieter, informiert sich aktiv in ihrem Netzwerk und ergänzt dies durch weitere öffentlich zugängliche Quellen. Alternativ brieft sie ihre Fachdienstleister und lässt sich entsprechende Vorschläge machen, die sie hinterher stichpunktartig überprüft.

Bei zentralen eingekauften Services (Persönlichkeitsentwicklung, IT-Diensten inkl. Internetdiensten und in Teilen auch Software) achtet sie regelhaft zusätzlich darauf, dass deren Geschäftsgebaren mit den in Teil D und auf der Website www.wert-erleben.de veröffentlichten Unternehmenswerten vereinbar sind und nicht im Widerspruch zu den ebenfalls in Teil D aufgeführten Ethikleitlinien stehen.

Danach fällt die Entscheidung.

Christine Ehlers hat nach einer großen Mediation im Berichtszeitraum zwei Intervisionen bei verschiedenen Anbietern in Anspruch genommen, um einen professionellen und Standards setzenden Austausch zum Schutz der Menschenwürde aus unterschiedlichen Aspekten zu führen. Die Arbeitsbedingungen bei diesen Anbietern hat sie im Vorfeld recherchiert und in Folgegesprächen thematisiert. Sie sind vorbildlich.

Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

Siegel und Zertifikate können gelegentlich die Entscheidung beeinflussen. Es gibt inzwischen sehr viele solcher Bewertungshilfen. Nicht wenige scheinen nur bedingt aussagekräftig zu sein bzw. arbeiten mit bewusst irreführenden Begrifflichkeiten; z.B. ist „kontrollierter Anbau“ nicht geschützt und kann schnell mit „kontrolliert ökologischer Anbau“ verwechselt werden. Die Inhaberin hat den Eindruck, dass es mehr Zeit kostet, die Aussagekraft eines Siegels oder Zertifikats zu überprüfen als Berichte auf der jeweiligen Unternehmenswebsite oder durch Dritte zu lesen. Sie liest daher bevorzugt

KENNZAHLEN

Zugekaufte Dienstleistungen	Anteil in % 2021 2022	Unter fairen Arbeits- bedingungen hergestellt (Ja, Nein, Unklar)
Weiterbildung Christine Ehlers	36 24	Ja
Steuerbuchhaltung und Versicherungen	7 4	Ja Ja
Fachliche Dienstleistungen	2 19	Ja
IT-Dienstleistungen	4 5	Ja
Büroarbeitsplatz	10 8	Ja

Produkte		
Software	1 2	75% Ja 25% unklar
Technische Geräte	3 1	Ja
Büromöbel	7 6	Unklar
Fachbücher	1 1	Ja
Büromaterial und Moderationsbedarf	3 1	Unklar

KENNZAHLEN Marketingausgaben

	2021	2022
Marketingausgaben prozentual vom Umsatz; darunter Websites, Logos, Visitenkarten Aufmerksamkeiten, Xing-Premium Netzwerkveranstaltungen	11%	7,4%

VERBESSERUNGSPOTENZIALE/ZIELE:

Christine Ehlers wird ein Kriterien-Merkblatt für ihre Partner:innen und Dienstleister:innen erstellen, das sich an AMFOR bzw. den BSCI-Verhaltenskodex anlehnt.

A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Menschenwürde in der Zulieferkette bei den wesentlichen Lieferant:innen nicht verletzt wird? Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Christine Ehlers – **wert**erleben. kann für die persönlich bekannten Dienstleister:innen bestätigen, dass die Menschwürde nicht verletzt wird. Aufgrund der geteilten Werte geht die Inhaberin im Weiteren davon aus, dass dies auch für deren Zulieferer gilt.

Bei internationalen Anbietern legen Recherchen die Achtung der Menschwürde auch in deren Zuliefererkette nahe.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Selbsteinschätzung: 2 Punkte von 10

Partnerschaftlicher Umgang auf Augenhöhe mit direkten Lieferanten; Diensteanbieter werden systematisch nach Ethikleitlinien, Nachhaltigkeit und Berichtswesen überprüft; bei Verstoß gegen Solidarität und Gerechtigkeit beendet das Unternehmen die Zusammenarbeit. Christine Ehlers klärt in diesem Fall ihr Umfeld aktiv über die Missstände auf; Inhaberin gibt in ihrem Umfeld situationsbezogenen Tipps zur Auswahl von solidarisch und gerecht agierenden Zulieferern. Kein Überblick über Labels

Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?

Christine Ehlers - **wernerleben.** geht bevorzugt Geschäftsbeziehungen mit Anbietern ein, die das unternehmenseigene Wertesystem teilen und hofft, dadurch den fairen und solidarischen Umgang in der gesamten Lieferkette unterstützen zu können. Die Inhaberin bricht Geschäftsbeziehungen ab, wenn sie überprüfbare Hinweise auf unfaire und unsolidarische Geschäftspraktiken hat. In dem Fall wirkt sie auch auf die Menschen in ihrem privaten und beruflichen Umfeld ein, diese Anbieter ebenfalls zu meiden.

Ihre direkten Dienstleister behandelt Christine Ehlers nach den gleichen ethischen Kriterien wie ihre Auftraggeber:innen. Diese sind in Berichtsteil D konkreter beschrieben.

Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Wenn Recherchen ergeben, dass ein Anbieter die obligatorischen Kriterien und die Werte und ethischen Linien von Christine Ehlers - **wernerleben.** nicht erfüllt, sucht Christine Ehlers nach Alternativen. Besonders marktmächtige Anbieter, bei denen dies der Fall ist, werden unternehmensintern geblacklistet. Dazu gehörten im Berichtszeitraum Amazon, Google und Whatsapp, Nestle inkl. aller zugehörigen Marken. Sie informiert darüber hinaus ihr Umfeld über die Entscheidung und ihre Gründe und konnte in mindestens drei Fällen die Gesprächsteilnehmer dazu bewegen, sich andere Anbieter zu suchen.

Grundsätzlich strebt Christine Ehlers – **wernerleben.** eine langfristige Zusammenarbeit mit ihren Dienstleister:innen und Partner:innen an. Sie bleibt auch gern bei Lieferant:innen, mit denen sie schon gute Erfahrungen gemacht hat und eigene Ethikrichtlinien u.ä. veröffentlichen. Diese kommen auf eine interne Whitelist. Aktuell stehen dort Conceptboard, Rapidmail, Hetzner, rebuy, notebooksbilliger, Memo (Bürobedarf), Signal, Threema, Mail.de.

Im Berichtszeitraum unterzog sie ihren IT- & Grafikdienstleister einer systematischen und aktiven Untersuchung auf Risiken und Misstände mit dem Ergebnis, keine gefunden zu haben – im Gegenteil, der solidarische und faire Umgang ist vorbildlich.

Darüber hinaus kauft Christine Ehlers, wann immer sinnvoll (gemäß des Entscheidungsprozesses) möglich im stationären Handel ein, weil sie hier anhand der Atmosphäre und durch Gespräche einen Eindruck von der Unternehmenskultur bekommen kann.

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

Der Inhaberin sind keine Labels bekannt, die explizit diesen Aspekt nachvollziehbar attestieren.

KENNZAHLEN

Zugekaufte Dienstleistungen	Fairer und solidarischer Umgang thematisiert auf dieser Basis ausgewählt (Ja, Nein, Unklar)
Weiterbildung Christine Ehlers	Nein Nein
Steuerbuchhaltung und Versicherungen	Nein Ja
Fachliche Dienstleistungen	Ja Ja
IT-Dienstleistungen	Ja Ja
Büroarbeitsplatz	Ja Ja
Produkte	
Software	Nein Ja
Technische Geräte	Nein Ja
Büromöbel	Nein Nein
Fachbücher	Nein Ja
Büromaterial und Moderationsbedarf	Nein teilweise

VERBESSERUNGSPOTENZIALE/ZIELE:

Lieferketten und aussagekräftige Siegel genauer nachvollziehen; z.B. über

<https://www.kompass-nachhaltigkeit.de/>

A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant:innen

Kann das Unternehmen bestätigen, dass Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette nicht verletzt sowie die Marktmacht bei den wesentlichen Lieferant:innen nicht ausgenutzt werden? Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Christine Ehlers - **werterleben.** bestätigt, dass sie selbst die Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette nicht verletzt und keine Marktmacht ausnutzt. Die Selbstauskünfte ihrer wesentlichen Lieferant:innen diesbezüglich wurden gelesen. Darüberhinausgehende Nachforschungen finden nicht in standardisierter Form statt.

Gegenüber ihren Lieferant:innen pflegt sie einen Umgang auf Augenhöhe und folgt den Standards des Harvard Negotiation Projects (Win-Win-Lösungen).

A3 Ökologische Nachhaltigkeit In der Zulieferkette

Selbsteinschätzung: 4 Punkte von 10

ökologische Risiken der in Anspruch genommenen Dienste werden nach Möglichkeit minimiert, z.B., durch remote-Arbeit statt Nutzung von Transportmitteln; Ausgleichsleistungen der Anbieter wie das Pflanzen von Bäumen u.ä.; das Unternehmen unternimmt viel, um Plastik zu vermeiden, wenig graue Energie zu brauchen und Müll zu reduzieren; Unternehmen achtet darauf, dass die wesentlichen Lieferant:innen sich zum Einhalten hoher ökologischer Standards verpflichten

Nach welchen ökologischen Kriterien werden Rohware, Produkte und Dienstleistungen ausgewählt?

Der schonende Umgang mit natürlichen Ressourcen gehört für **werterleben.** zu den zwingenden Kriterien bei der Auswahl von Rohstoffen, Produkten und Dienstleistungen. Dazu zählen:

- Möglichst nachwachsende Rohstoffe z. B. kleinere Einrichtungsgegenstände und Möbel aus Bambus
- Pappe/Papier statt Plastik, Styropor – möglichst wenig Verpackungsmaterial und wenn, dann aus recycelten oder ökologisch abbaubaren Materialien.
- Möglichkeiten zur Zweit- und Drittverwertung, z.B. durch den Kauf wiederaufbereiteter Technik.
- Flipchartbögen kauft sie seit langem nur noch aus recyceltem Material.

Zudem bezieht das Unternehmen zusätzlich bevorzugt aus Quellen, die keinen langen Transportweg erfordern – etwa in örtlicher Nähe. Mit Coaches, Mentor:innen, und den

fachlichen Dienstleister:innen bzw. Partner:innen genauso wie mit dem Steuerberater arbeitet sie überwiegend remote zusammen, sodass Anfahrtswege wegfallen.

Indem Christine Ehlers – **wernerleben.** vor allem solche Anbieter beauftragt bzw. bei ihnen einkauft, die selbst ökologisch nachhaltig agieren wollen und darüber konkret Auskunft geben, will sie auch die Wahrscheinlichkeit erhöhen, dass die Vorlieferant:innen ebenfalls ökologisch nachhaltig agieren.

Im Jahr 2021 wurde in der alten Bürogemeinschaft in der Belziger Straße die ökologische Sanierung des Parkettfußbodens beschlossen. Ende 2021 wurden die mehreren hundert Quadratmeter abgeschliffen. Anstelle wieder einen Lack aufzubringen, wurde das Holz mit biologischen Ölen behandelt. Christine Ehlers beteiligte sich an den Kosten freiwillig. Der Prozentsatz an den Gesamtausgaben lag im einstelligen Bereich.

Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?

Christine Ehlers – **wernerleben.** zieht zu diesem Zweck Nachrichten, Berichte und einschlägige Testergebnisse aus Fachpresse oder Ökotest hinzu. Daneben informiert sie sich in ihren persönlichen Netzwerken.

Welche Unterschiede gibt es zu den Mitbewerbern hinsichtlich ökologischen Einkaufs?

Andere Coaches und Berater greifen häufiger zu neuwertiger Technik. Manche setzen auf Fairphones. Christine Ehlers hat jedoch festgestellt, dass diese Kolleg:innen in unschöner Regelmäßigkeit nicht erreichbar sind, weil Komponenten des Fairphones ausfallen und die Wiederbeschaffung zum Teil recht lang dauert. Da eine zuverlässige Performance für die Inhaberin sehr wichtig ist, hat sie den Weg über professionell aufbereitete Altgeräte von namhaften Herstellern als Alternative gewählt. Aus vergleichbarem Grund arbeitet sie auch nur ergänzend mit Open Source Software.

Einige Coaches, Mediator:innen und Workshopleiter arbeiten ausschließlich in körperlicher Präsenz, weil die Prozessteuerung dank Einsatz vielfältiger Wahrnehmungskanäle einfacher ist. Christine Ehlers trifft hier immer eine Abwägung und arbeitet häufiger rein remote oder überwiegend mit regelmäßigen Präsenztermin am Anfang, „Bergfest“ und Ende eines solchen Prozesses.

KENNZAHLEN

Zugekaufte Dienstleistungen	Ökologisch hochwertigere Alternativen (Ja, Nein, Unklar)
Weiterbildung Christine Ehlers	80% (überwiegend remote)
Steuerbuchhaltung und Versicherungen	95% (remote)

Fachliche Dienstleistungen	95% (überwiegend remote)
IT-Dienstleistungen	100% (remote)
Büroarbeitsplatz	90% (nachhaltige Materialien und Energie)
Produkte	
Software	Ca. 30 %
Technische Geräte	Ca. 80% (nach Kosten)
Büromöbel	Ca. 20%
Fachbücher	0%
Büromaterial und Moderationsbedarf	Ca. 50%

A3 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

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

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Das Unternehmen kauft wissentlich keine Produkte/Dienstleistungen mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen ein.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Selbsteinschätzung: 1 Punkte von 10

Christine Ehlers hat aus ihrem Entscheidungsprozess eine Checkliste entwickelt, die sie im Gespräch mit Lieferanten als Entscheidungsgrundlage nutzt. Sie hält die gesetzlichen Vorschriften ein; Eine Marktmacht wird nicht missbraucht.

Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander?

Im direkten Kontakt behandelt Christine Ehlers die Zuliefernden auf Augenhöhe und gibt bei Projekten der Zusammenarbeit regelmäßig Einblicke in den Projektstand und die zu erwartenden Zwischenergebnisse. Dienstleister:innen entscheiden über Zeitschienen, Aufgabenverteilung und Meilensteine mit. Im Gespräch mit Lieferant:innen nutzt sie eine auf ihrer Einkaufsrichtlinie basierende Checkliste als Gesprächsleitfaden mit den Bewertungsstufen „Ja“, „in Arbeit“ und „Luft nach oben“.

Gegenüber der Öffentlichkeit informierte das Unternehmen über die direkten Dienstleister:innen im Berichtszeitraum nur punktuell; bezogen auf die Produkte nur auf

ausdrückliche Rückfrage. Dies ging zu Lasten der Transparenz über die Lieferketten und verhinderte Mitentscheidungen.

Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Zu diesem Thema entwickelt das Unternehmen erst durch die Arbeit an diesem Bericht ein Bewusstsein. Deshalb hat es bislang weder geprüft noch sanktioniert.

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

unbekannt

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

keine

VERBESSERUNGSPOTENZIALE/ZIELE:

Entwicklung einer Strategie, den transparenten und partizipativen Umgang in der Zulieferungskette zu erheben, zu kommunizieren und folglich zu erhöhen.

KAPITEL B | EIGENTÜMER:INNEN & FINANZPARTNER:INNEN

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Selbsteinschätzung: 4 Punkte von 10

Eigenkapital überschreitet den Branchendurchschnitt erheblich; keine Fremdfinanzierung oder Kredite; 3 von 4 Kreditinstituten wurden ausgesucht, weil sie sich der ethischen Finanzwirtschaft verschrieben haben und in Umweltschutz und Sozialem engagiert sind. Sie gehören zu Landesbanken oder sind regional engagiert.

Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden überlegt?

Christine Ehlers – **wernerleben.** ist zu 100 % eigenkapitalfinanziert. Christine Ehlers ist alleinige Inhaberin des Labels und des Unternehmens. Dieses operiert mit einer Einnahmen-Überschussrechnung und erstellt kalenderjährlich eine Liquiditätsplanung.

Zum Vergleich:

Der durchschnittliche Eigenkapitalanteil der Branche „Wissensintensive Dienstleistungen“ lag 2021 bei 26,9 Prozent.

(Quelle: Statista)

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

Es wurden im Berichtszeitraum keine Investitionen mit fremden Mitteln finanziert. In Einzelfällen hat Christine Ehlers durch Arbeit gegen Arbeit Fremdleistungen von anderen Soloselbstständigen oder Kleinstunternehmen in Anspruch genommen.

Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken verringert werden?

Christine Ehlers – **wernerleben.** hat keine Finanzierungen oder Darlehen von Banken im Berichtszeitraum in Anspruch genommen. Dies gilt auch für Kontokorrentrahmen.

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

Die Inhaberin arbeitet mit einem Mehrkontensystem.

Das Hauptkonto für geschäftliche Ein- und Ausgänge sowie ein Tagesgeldkonto für Gewinne liegt bei der Deutschen Kreditbank. Diese hundertprozentige Tochter der Bayerischen

Landesbank ist im Fair Finance Guide gelistet. Laut Eigenauskunft investiert sie das Geld ihrer Kunden ausschließlich in besonders nachhaltige Projekte, wobei sie insbesondere Umwelt- und Sozialstandards berücksichtigt. Der Fair Finance Guide bewertet die Nachhaltigkeit der dkb mit 53 Prozent, weil ihm die Ausschlusskriterien für Finanzprodukte nicht genau genug formuliert sind.

Das Steuerkonto führt Christine Ehlers immer noch bei der Norisbank, obwohl diese eine hundertprozentige Tochter der Deutschen Bank ist (Rating im Fair Finance Guide: 39%). Dieses Konto ist in den Anträgen zur Neustarthilfe angegeben. Aus vertraglichen Gründen mit der Bezuschussungsstelle kann sie nicht zu einer ethischen Bank wechseln, bevor die Abrechnungsvorgänge abgeschlossen sind. Dies war im Berichtszeitraum der Fall.

Bei der Grenkebank (Grenke Unternehmensgruppe) bildet die Inhaberin ihre Rücklagen für schlechte Zeiten und strategische Ausgaben. Diese Bank ermöglichte KMU in NRW auch während der Pandemie mit dem Globaldarlehen schnell und unkompliziert Finanzierungen. Auf ihrer Website hat die Unternehmensgruppe ihren Ethikkodex veröffentlicht. Danach handelt sie nach den *Prinzipien der Allgemeinen Menschenrechte*, der *Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte* der Vereinten Nationen, der *Leitlinien über Kinderrechte und unternehmerisches Handeln*, des *Global Compact* der Vereinten Nationen und der *Internationalen Arbeitsnormen* der Internationalen Arbeitsorganisation. Dies erwartet sie auch von ihren Lieferanten. Auf einer eigenen Unterseite informiert die Grenke Bank über ihr umweltbewusstes Handeln, z.B. nachhaltige Leasingobjekte wie E-Bikes. Mehr dazu <https://www.grenke.de/unternehmen/grenke-gruppe/unternehmenskodex/>
<https://www.grenke.de/unternehmen/grenke-gruppe/esg/umwelt/>

Ihre Kreditkarte hat Christine Ehlers seit 2021 bei der hanseatischen Kreditbank; es ist die awa7-Karte. Für Transaktionen werden Bäume gepflanzt.

Für Interneteinkäufe nutzt die Inhaberin ein Paypalkonto. Das Unternehmen veröffentlicht jährlich einen Global Impact Report. Es ist der Inhaberin nicht gelungen, die dort gemachten Angaben zu überprüfen. Eine Internetrecherche zu möglichem unethischem Verhalten hat keine Ergebnisse geliefert. Beruflich versichert ist sie bei der Continentale (siehe Berichtsteil A))

Ihre Haftpflicht hat sie bei der Continentale. Dies Versicherung informiert über ihre Verfahrensweisen in der Lieferkette und bietet eine Kontaktmöglichkeit zum Thema: <https://www.continentale.de/lksg>

KENNZAHLEN

Kapitaldecke in %	Anteil Eigenkapital	Branchendurchschnitt
Christine Ehlers - werterleben.	100	26,9
Fremdfinanzierung	In Tausend Euro	In %
Christine Ehlers - werterleben.	0	0

VERBESSERUNGSPOTENZIALE/ZIELE:

Es ist angedacht, für den Zahlungsverkehr mit dem Finanzamt ein Steuerkonto bei einer ethischen Bank für EST und UST einzurichten und für eine Übergangszeit das Konto bei der Norisbank so lange parallel zu führen, bis die Neustarthilfe-Themen abgeschlossen sind.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Selbsteinschätzung: 3 Punkte von 10

Liquiditätsplanung inkl. Auflistung notwendiger Ausgaben für die Sicherung der Zukunftsfähigkeit des Unternehmens vorhanden; keine Kapitalerträge und Anlagen in Form von Aktien; Bedarf an Zukunftsausgaben im 2. Pandemiejahr nicht gedeckt, im Jahr 2022 zu mehr als 70 % gedeckt

Welche notwendigen Zukunftsausgaben konnten ermittelt werden und wie weit sind ihre Deckung und zusätzliche Risikovorsorge möglich?
 Welche Ansprüche stellen die Eigentümer:innen an Kapitalerträge mit welcher Begründung?

Ausgaben müssen nur begrenzt vorfinanziert werden, da das Unternehmen Wissensdienstleistungen anbietet. Investitionen in Arbeitsgeräte, Büroausstattung und Weiterbildungen finanzierte das Unternehmen im Berichtszeitraum aus den laufenden Einnahmen. Die jährlich erstellte Liquiditätsplanung in Verbindung mit einem Einnahmen-Verteilungsschlüssel sichert das Wirtschaften im Plusbereich. In dieser Planung sind auch die Ausgaben für Marketingmaßnahmen, benötigte Ausstattung und Weiterbildungen abgebildet.

Das Mehrkontensystem hat Christine Ehlers Ende 2021 eingeführt. Es bietet ihr innerhalb von Minuten einen guten Überblick über die aktuelle Liquidität.

KENNZAHLEN

Anteil in % bezogen auf den Umsatz	2021	2022 (vorläufig)
Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit	21 %	36%
Gesamtbedarf Zukunftsausgaben		In %
Getätigte strategische Ausgaben	27 %	24%
Anlagenzugänge	2 % (gerundet)	0,5%
Zuführung zu Rücklagen	31 %	17%
Auszuschüttende Kapitalerträge	0	0

VERBESSERUNGSPOTENZIALE/ZIELE:

Die Inhaberin denkt über eine Umfirmierung von Einzelunternehmen zur GmbH nach. Die Einlage soll aus einem Rücklagenüberschuss gezahlt werden, der die durchschnittlichen Ausgaben eines halben Jahres deutlich übersteigt.

Ebenfalls geplant ist das Onboarding von ein bis zwei Mitarbeitenden im Backoffice. Hier will Christine Ehlers mit virtuellen persönlichen Assistent:innen beginnen. Für Angestellte will sie erst Rücklagen in Höhe von 6 Monatsgehältern aufbauen.

Ende 2021 hat die Inhaberin einen neuen Workshop entwickelt, den sie zunächst analog und live mehrfach durchführen und danach in einen Onlinekurs umwandeln will. Einen geringen Prozentsatz der Workshopeinnahmen will sie für die anteiligen Umwandlungskosten zurücklegen.

B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln

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

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Die Verteilung von Geldmitteln erfolgt fair.

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Selbsteinschätzung: 2 Punkte von 10

Sanierungsbedarf wurde ermittelt, die Sanierung geplant, Verbesserungen erreicht; alle Sanierungen zahlten zu 100% auf sozial-ökologische Projekte ein. Mittelbar unterstützt das Unternehmen ethisch-nachhaltige Projekte

Welche Investitionen in eigene Anlagen haben ökologisches Verbesserungspotenzial?

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

Das Unternehmen besitzt nur wenige Anlagegüter, die zumeist unter die Kategorie geringwertige Wirtschaftsgüter fallen. Dazu zählen z. B. Rechner und Büroausstattungsgegenstände. Ökologische Aspekte stehen bei Investitionen im Vordergrund. Deshalb investiert die Inhaberin überwiegend in wiederaufbereitete Geräte, die sie zudem so lange wie möglich nutzt. Im Berichtszeitraum investierte sie in zwei sozial-ökologische Projekte. Den dafür entstandenen Finanzbedarf deckte Christine Ehlers vollständig aus den erzielten Einnahmen.

Welche Investitionen wurden / werden konkret vorgenommenen?

Im Jahr 2022 erwarb die neue Bürogemeinschaft AM19 einen kollektiv zu nutzenden Drucker für 800,- €, der mit umweltschonenden Druckerpatronen und äußerst niedrigem Stromverbrauch betrieben werden kann. Individuelle Drucker sind dadurch nicht mehr notwendig. Der neue Drucker verbraucht deutlich weniger Strom und Material als die älteren Geräte. Die Anschaffungskosten wurden mit den allgemeinen Nebenkosten auf alle in der Bürogemeinschaft umgelegt.

Im Berichtszeitraum spendierte sie ihren beiden Rechnern neue SSD-Platten und ihrem Smartphone einen neuen Akku und konnte somit eine Neuanschaffung vermeiden. Diese Investition lag gemessen an den Gesamtausgaben bei 1%.

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

Christine Ehlers – **w**erterleben. beteiligt sich über die Auswahl der Kreditinstitute bzw. Banken indirekt an sozial-ökologischen Projekten. Näheres dazu ist unter B1 aufgeführt. Über weitere Unterstützungen soziale Projekte informiert der Berichtsteil E.

Da die finanziellen Aufwendungen von Christine Ehlers im Berichtszeitraum für ökologische Investitionen gering waren, wird hier auf die Darstellung der Kennzahlen verzichtet.

KENNZAHLEN

Anteil in % bezogen auf den Umsatz	2021	2022 (vorläufig)
Bürodrucker	0 %	1%
SSD-Platten + Akku (gerundet)	1%	0,2%

VERBESSERUNGSPOTENZIALE/ZIELE:

Aktuell keine.

B3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

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

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Das Unternehmen bestätigt, dass das Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut.

B4 Eigentum und Mitentscheidung

Selbsteinschätzung: 0 Punkte von 10

Bestehende Eigentümerstruktur als Gründerin

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

Christine Ehlers ist Einzelunternehmerin und damit alleinige Inhaberin

Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?

Keine

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

Es gibt nur eine Eigentümerin.

Wie hat sich die Eigentümerstruktur in den letzten Jahren entwickelt und wie wird die Veränderung abgesichert?

Die Eigentümerstruktur ist unverändert.

Verpflichtende Indikatoren

Wie verteilt sich das Eigenkapital in Prozent auf (Eigenkapitalstruktur in %, jeweils von 0 bis 100%):

- Unternehmer:innen
- Führungskräfte
- Mitarbeiter:innen
- Kund:innen
- Lieferant:innen
- Weiteres Umfeld
- Nicht mittätige Kapital-Investor:innen

KENNZAHLEN

Verteilung des Eigenkapitals in Prozent	2021	2022
Unternehmerin	100%	100%
Führungskräfte	Nicht vorhanden	Nicht vorhanden
Mitarbeiter:innen	Nicht vorhanden	Nicht vorhanden
Kund:innen	0%	0%
Lieferant:innen	0%	0%
Weiteres Umfeld	0%	0%
Nicht mittätige Investor:innen	Nicht vorhanden	Nicht vorhanden

VERBESSERUNGSPOTENZIALE/ZIELE:
Aktuell keine.

4 Negativaspekt: feindliche Übernahme

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

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Das Unternehmen bestätigt, kein Unternehmen feindlich übernommen zu haben.

KAPITEL C | MITARBEITENDE

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Selbsteinschätzung: 4 Punkte von 10

wertschätzende Unternehmens- und Teamkultur, Eigenverantwortung und Selbstorganisation; Christine Ehlers lässt sich regelmäßig super- und intervidieren und hat eine Mentorin; Arbeitsplätze sind im Rahmen des vorhandenen Budgets auf maximal Ergonomie ausgerichtet

Wie kann die Unternehmenskultur im Unternehmen beschrieben werden?
Das Einzelunternehmen hat keine bindenden Beschäftigungsverhältnisse zu Angestellten.

Kontinuierliche Arbeitsbeziehungen gestalteten die Bündnispartner:innen in verbindlichen Kooperationen, um Projekte und Arbeitsaufträge gemeinsam zu entwickeln und zu bearbeiten. Dabei agieren wir aus unseren individuellen Stärken heraus. „Gemeinsam frei sein“ ist unsere Devise.

Die Partner:innen arbeiten selbstorganisiert und eigenverantwortlich zusammen. Sie gestalten Inhalt, Umfang, und Preise der gemeinsamen Angebote im Austausch. Der Umgangston ist von gegenseitiger Achtung und Wertschätzung geprägt. Bei Engpässen springen wir füreinander ein und unterstützen uns.

Die Häufigkeit variiert. Im Berichtszeitraum entwickelte die Inhaberin gemeinsam mit Barbara Budrich das *inspired leadership training* und führte dieses mit ihr im Wechsel über 1,5 Jahre durch – mit monatlichen Workshops und wöchentlichen Calls. Im Jahr 2021 entwickelte sie gemeinsam mit Katharina Stahlenbrecher einen Einführungsworkshop in die Mediation, den beide im Tandem mehrfach durchführten. Dieses Projekt dauerte mehr als 6 Monate.

Standardisierte Zusammenkünfte haben wir nicht etabliert. Wir treffen uns im konkreten Bedarfsfall online oder analog und halten ansonsten über Messengerdienste und E-Mail-Kontakt miteinander.

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

Der Tisch in der Bürogemeinschaft steht seitlich zum Fenster mit Tageslicht und ist auf die Körpergröße der Inhaberin angepasst; mittels eines Aufsatzes kann sie diesen in einen Steharbeitsplatz umwandeln. Das Mousepad ist mit einem Gelkissen ausgestattet; der externe Bildschirm in einer Höhe ausgerichtet, die einen Blick leicht nach unten gestattet. Ein

ergonomischer Bürostuhl rundet die Ausstattung ab. Es stehen verschiedene Vorhänge zur Verfügung, mit denen der Arbeitsplatz unterschiedlich stark verschattet werden kann. Decken- und Tischleuchte bietet gute Lichtverhältnisse in der dunklen Jahreszeit.

Pflanzen in Töpfen und Ampeln gestalten und teilen den Raum optisch und bieten dem Auge Ruhepunkte. Tischplatten, Regale und Trennwände in den Büroräumen sind aus Holz.

Im Homeoffice hat die Inhaberin sich einen rollbaren Steharbeitsplatz mit ergonomischem Stehhocker eingerichtet, der je nach Lichtverhältnissen und Bedarf optimal im Raum platziert werden kann. Neigbaren Notenständer, schwenkbarer Laptop-Arm für das Arbeiten über zwei Bildschirme und unterschiedliche Lichtquellen ergänzen die ergonomisch optimierte Ausstattung.

Mit diesen Maßnahmen erhalte ich meine Arbeitskraft; ich war niemals krank.

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

Innerhalb unseres Bündnisses kommt es uns in erster Linie auf die kompetenzbezogene Vielfalt an. Hautfarbe, Alter, körperliche Verfasstheit, Religion, sexuelle Orientierung, Gender sind keine relevanten Kriterien für die Zusammenarbeit. Es wurden bislang auch keine Stellen ausgeschrieben, in denen das Diversitätsthema hätte promotet werden können.

KENNZAHLEN

Unternehmenskultur Gesundheit Diversität	2021	2022
Betriebszugehörigkeit Christine Ehlers	4 Jahre	5 Jahre
Weiterbildungen in Stunden		
Persönlichkeitsentwicklung	50	100
Fachkompetenzen	47	70
Krankheit und Unfall		
Krank und nicht gearbeitet	1	55
Krank zur Arbeit gegangen	0	0
Betriebsunfälle	0	0
Angebote im Bereich Gesundheit / Diversity in Std.		
Physiotherapie orthopädische Reha	22	124
Arbeitsplatzschulung		
1.-Hilfe-Kurs	16	0
Diversity-Professionalisierung	12	4

Kennzahlen zur demografischen Verteilung und durchschnittlicher Karenzdauere sind auf dieses Unternehmen nicht anwendbar.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Im Sinne der Menschenwürde am Arbeitsplatz mit zwei assoziierten Mitarbeiterinnen erfolgreich zwei Projekte durchgeführt.

VERBESSERUNGSPOTENZIALE/ZIELE:

- Systematisierung von teamkulturellen Events im Bündnis prüfen und ggf. entwickeln
- Virtuelle Assistenz suchen und onboarden

C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen?
Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Christine Ehlers – **wernerleben.** unterstützt keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Entfällt, da dies der erste Bericht ist.

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Selbsteinschätzung: 3 Punkte von 10

Die gesetzlichen Mindestanforderungen werden eingehalten; Maßnahmen für einen lebenswürdigen Verdienst sind getroffen; Inhaberin kann ihre Arbeitszeit flexibel gestalten

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

Als lebenswürdig bewertet die Inhaberin einen Unternehmerinlohn, der neben den Fix- und allgemeinen Lebenshaltungskosten auch Ausgaben für Gesundheit und Sport, kulturelle Angebote und gemeinsames Essengehen mit Freund:innen sowie Urlaubsreisen innerhalb von Europa ermöglicht.

Zu diesen Kostenstellen erstellt Christine Ehlers jährlich eine Auflistung und ermittelt daraus die Untergrenze eines monatlichen Unternehmerinnenlohns. Ende 2021 führte sie das System „Profit First“ nach Mike Michalowicz ein, dass die echten Gewinne und den Unternehmerinnenlohn zuerst in den Blick nimmt und an letzter Stelle die Betriebskosten. Das Unternehmen muss im laufenden Betrieb mit der Summe auskommen, die nach Abzug von echten Gewinnen, Unternehmerinlohn und strategischen Ausgaben übrigbleibt; der persönliche Verdienst der Inhaberin ist dadurch gesichert.

In der kooperativen Zusammenarbeit mit den Bündnispartner:innen werden die Honorare im Dialog und auf Augenhöhe ausgehandelt.

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

Werterleben. als Einzelunternehmen beschäftigt keine Angestellten. Die Inhaberin bestimmt ihren Verdienst nach ihren eigenen Kriterien.

Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt? Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?

Die Inhaberin erfasst die Arbeitszeiten bezogen auf die Termine mit den Klient:innen – nicht jedoch die Vor- und Nachbereitungszeiten. Im Berichtszeitraum stand die Wochenarbeitszeit in Relation zu den pandemiebedingten Lockdowns: war das öffentliche Leben runtergefahren, arbeitete sie weniger als 30 Stunden pro Woche; da Aufträge verschoben oder abgesagt wurden. Nach Ende des Lockdowns wuchs 2021 das Arbeitsvolumen kontinuierlich an. Die verschobenen Aufträge mussten in kurzer Zeit und parallel zu neuen bearbeitet werden. Dies führte zu teils langen Arbeitszeiten. Gleichzeitig entwickelte Christine Ehlers neue Angebote im Berichtszeitraum. Die hierfür aufzubringende Mehrarbeit führte im Jahr 2022 erneut zu Überstunden. Diese glich sie mit Urlaubstagen aus.

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

Christine Ehlers gestaltet ihre Arbeitszeit flexibel, sodass sie an allen gesellschaftlichen Angeboten und Ereignissen teilnehmen konnte, an denen sie teilnehmen wollte. Mit der beschriebenen Umstellung der Buchhaltung 2022 erhöhte sie das dafür verfügbare Budget.

Im Bündnis gestalten die Partner:innen die Zusammenarbeit im Dialog, sodass wir Wege finden, auf die gesellschaftlichen und privaten Verpflichtungen und Bedürfnisse aller Beteiligten einzugehen.

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

Christine Ehlers bestimmt täglich ihre Arbeitszeit nach anstehenden Aufgaben, Terminen und Fristen einerseits und andererseits der verfügbaren persönlichen Energie. Sie arbeitet bei Bedarf mit einem Planer, der es ihr erleichtert, unterschiedliche Aufgabenbereiche in Blöcken zu bearbeiten bzw. Arbeitsroutinen für Teilaufgaben aufzubauen.

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

Die Inhaberin arbeitet mit freier Zeiteinteilung und Urlaubsplanung, wobei sie die Anzahl der Urlaubstage bedarfsorientiert festlegt. Dabei legt sie Arbeitszeiten auch um Termine für den körperlichen Ausgleich sowie die Gesundheit drumherum.

KENNZAHLEN

	2021	2022
Innerbetriebliche Spreizung	0 €	0
Wochenarbeitszeit (Plan)	40 Std.	40 Std.
Urlaubstage (real)	33	45
Überstunden		
Wurden nicht systematisch erfasst	k.A.	k.A.

VERBESSERUNGSPOTENZIALE/ZIELE:

Christine Ehlers will mehr Struktur in den Arbeitsalltag bringen, indem sie feste Tage für Videokonferenzen etabliert. Sie peilt perspektivisch eine 4-Tage-Woche an bzw. eine Wochenarbeitszeit von 30 Stunden. Die Reduzierung soll schrittweise erfolgen.

C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Mitarbeitenden nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet werden?
 Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Es existieren bei Christine Ehlers – **w**erterleben. keine ungerechten Arbeitsverträge.

C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

Selbsteinschätzung: 3 Punkte von 10

Die Geschäftsleitung lebt überwiegend ökologisch

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

Christine Ehlers – **w**erterleben. nutzt Kaffee- und Snackangebote aus der Bürogemeinschaft. Gemeinsam achten wir auf ökologisch-regionale Lebensmittel. In der Mittagspause nutzen wir häufig Angebote aus den umliegenden Gastronomiebetrieben, von denen die meisten nach eigenen Angaben regionale und ökologische Lebensmittel verarbeiten.

Das Essverhalten der Bündnispartner:innen ist an dieser Stelle irrelevant, da es temporäre Zusammenarbeiten waren.

In einer turnusmäßigen Reha-Maßnahme hörte Christine Ehlers einen Vortrag über gesunde Ernährung, dessen Inhalte sie in ihrer Ernährung berücksichtigt.

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

Christine Ehlers nutzte im Jahr 2021 den öffentlichen Personennahverkehr in Berlin, um zu ihrem Büroplatz zu fahren. Seit Ende 2021 ist dieser so wohnortnah, dass sie zu Fuß ins Büro geht.

Zu Kundenterminen fährt sie üblicherweise mit der Bahn; 2022 nutzte sie einmal ein Elektroauto eines Carsharing-Anbieters.

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

Als Einzelunternehmen ohne Angestellte macht Christine Ehlers – **w**erterleben. keine entsprechenden Weiterbildungsangebote. Innerhalb der Bürogemeinschaft tauschen wir uns informell über ökologische Verhaltensweisen aus. Das Bewusstsein hierfür ist bei allen im Büro sehr hoch.

KENNZAHLEN

Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft geschätzt	2021	2022
	50%	80%

Anreise ins Büro		
Öffentliche Verkehrsmittel	40%	0%
Zu Fuß	10%	75%
Keine (Home Office)	50%	25%
Nutzungsgrad des ökologischen Angebots der Angestellten		
Keiner, da keine Angestellten	0%	0%

VERBESSERUNGSPOTENZIALE/ZIELE:

Es soll darüber nachgedacht werden, ob und falls ja, in welcher Form auf virtuelle Assistenzen zum ökologischen Verhalten eingewirkt werden kann.

C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens

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

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Christine Ehlers – **w**erterleben. bestätigt dies.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Selbsteinschätzung: keine Bewertung als EPU

Als Einpersonnenunternehmen (EPU) entfällt eine Bewertung in diesem Themenfeld.

Mit Bündnispartner:innen partizipativ, transparent und zukunftsorientiert gemeinsam Entscheidungen über Ausgestaltung der Projekte getroffen. Hierüber wird in D2 berichtet.

Im Verhältnis zu den Bündnispartner:innen werden alle Entscheidungen gemeinsam getroffen. Dazu werden alle relevanten Rahmenbedingungen und Informationen offengelegt.

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 mehrheits-demokratisch oder konsensual mitbestimmen?

Welche Erfahrungen wurden bisher mit mehr Transparenz und Mitbestimmung gemacht?

VERBESSERUNGSPOTENZIALE/ZIELE:

Es sind keine Ziele definiert

C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates

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

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Christine Ehlers – **w**erterleben. bestätigt dies.

KAPITEL D | KUND:INNEN & MITUNTERNEHMEN

D1 Ethische Kundenbeziehung

Selbsteinschätzung: 5 Punkte von 10

Ethikleitlinien In den Bereichen Verkauf, Marketing, Preisstruktur und Service als Leitplanken für die Beziehung zu Auftraggeber:innen; Beziehungen zu Auftraggeber:innen auf Augenhöhe ist Teil der Marktpositionierung und schlägt sich in Webauftritt, Unterlagen und Arbeitsprozessen nieder; Kontaktpunkte werden aktualisiert und sind teilweise barrierefrei; Permission Marketing auf standardisierten Füßen; standardisierte Wirkungsmessung (punktuelle Beispiele für Wirkungsnachweise im Berichtsteil E)

Christine Ehlers – **wernerleben.** bezeichnet die Menschen und Organisationen, für die wir arbeiten, als Auftraggeber:innen. Dahinter steht das Verständnis einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit auf Augenhöhe; formal drückt sich diese Haltung unserem Akquise-Workflow aus:

Wie werden neue Kund:innen gewonnen und wie Stammkund:innen betreut? Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kundennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?

Marketing

Christine Ehlers – **wernerleben.** unterhält Unternehmenswebsites sowie Profile auf Xing und LinkedIn, durch die sie über ihr Portfolio informiert. Diese Profile werden jährlich überprüft und ggf. aktualisiert.

Nach Rückmeldungen aus den Reihen ihrer Auftraggeber:innen und Netzwerke, dass der Unternehmensauftritt unklar sei, überarbeitete die Inhaberin Anfang 2022 ihre Internetpräsenz, um potenzielle Auftraggeber:innen besser zu orientieren.

Text- und präsentationsbezogene Leistungen erhielten einen eigenen Webauftritt (www.SchreibenundSprechen.com); unter der URL www.wert-erleben überarbeitete sie im 2. Halbjahr die Informationen zu Zielgruppen, Angeboten und dem Unternehmen.

Die Visitenkarte wurde um Portraitfoto und QR-Code (digitale Visitenkarte) ergänzt, um Empfänger:innen Hilfestellungen zum Erinnern und zum einfachen Übertragen in den Kontakteordner zu geben.

Aktive Marketingaktivitäten entfaltet Christine Ehlers seit 2021 vor allem in und durch das Unternehmernetzwerk *Business Network International* (BNI) sowie seit Beginn der Selbstständigkeit in und durch ihre Vernetzungen mit Mediator:innen, Psychotherapeut:innen und Kulturtätigen.

Ethikleitlinien – Marketing

- Christine Ehlers agiert nach den 7 Kernwerten des Unternehmernetzwerks BNI:
 - Wer gibt, gewinnt
 - Positive Einstellung
 - Tradition und Innovation
 - Anerkennung
 - Beziehungsaufbau
 - Lebenslanges Lernen
 - Verantwortlichkeit
- Im Webauftritt unter der URL www.wert-erleben werden zu den Angeboten die Zielgruppen, Ziele, erreichbaren Ergebnissen, Inhaltsangabe, Zeit, Ort und Kompetenzen im Einsatz genannt, so dass Besucher:innen direkt entscheiden können, ob das Angebot für sie in Frage kommt. Über Unternehmenswerte, Kurzbiografien und Kompetenzen der Bündnispartner:innen wird dort informiert. Zur Orientierung arbeitet die Website mit einem Farbleitsystem.

Gelebte Unternehmenswerte – Auszüge aus der Website

- **Werterleben.** stärkt Sie, indem Sie erkennen, wo in den Augen der anderen Ihre Werte liegen. Damit Sie auf ihrer Basis belastbar wirtschaften. Um Träume effektiv wahr zu machen.
- Wir sind gestandene Persönlichkeiten. Rat-Schläge teilen wir nicht aus. Wir verstärken Sie auch nicht bloß aus sich selbst heraus. **Wir fragen nach, hören zu und beraten dann kontextsensitiv mit kreativer Praxisnähe auf Augenhöhe.** In klar strukturierten Prozessen. Mit fundiertem Wissen, geballter Kompetenz und jahrzehntelanger Erfahrung. Beratung als performatives Ereignis. Für Ihre Entwicklung.
- **werterleben** vermittelt zwischen Wohnungswirtschaft und Kultur/Kunst, damit Sie Ihr Gegenüber an(er(kennen)) und einschätzen können. Um kooperativ Quartiere weiterzuentwickeln. Für lebendige, sozial und kulturell nachhaltige Nachbarschaften.
- **Wir sind davon überzeugt, dass kulturelle und künstlerische Praxis urbane Nachhaltigkeitsprojekte emotional erlebbar machen kann.** Und dadurch Verbundenheit stärkt. Mit dem Ort. Mit den Menschen. Mit Visionen und Utopien.
- Wir begreifen kulturelle Transformation als einen Prozess, der einmal angestoßen niemals aufhört. Der um sich greift. Das Quartier, die Stadt, die Wohnungsgeber und -nehmer verändert. Kulturelle und künstlerische Interventionen können immer wieder Impulse setzen. **Für eine artgerechte Haltung: gegenseitige Wertschätzung.**
- **Erfolg erfordert Vielfalt im Team.** Vielfalt erfordert konstruktive Auseinandersetzung. In der Sache und mit den Menschen. Über gemeinsame Ziele und persönliche Perspektiven. Über individuelle und kollektive Strategien, Wünsche, Arbeitsweisen. Prioritäten und Ergebniserwartungen. Sinn und Zweck.
- **werterleben stellt die Welt vom Kopf auf die Füße.** Im Coaching und Training sollen nicht Sie sich der Methode, dem Werkzeug anpassen, sondern andersherum: Der Ansatz wird auf Sie angepasst. In der Mediation macht die klare Struktur den Weg frei zu Ihren Lösungskompetenzen.

KENNZAHLEN Marketingausgaben

	2021	2022
Marketingausgaben prozentual vom Umsatz	11%	7,4%

Verkauf

Da Christine Ehlers – **wernerleben.** keine Verkaufsmitarbeiter:innen beschäftigt, entfallen die Punkte „Art der Bezahlung“ und „interne Umsatzvorgaben“.

ETHIKLEITLINIEN – VERKAUF

- Bei jeder Anfrage werden in kostenlosen Gesprächen der konkrete Bedarf, die Zielsetzung, und vorhandene Ressourcen (Budget, Zeit) herausgearbeitet
- dann wird entschieden, ob **wernerleben.** für dieses Anliegen die passende Anbieterin sein kann.
 - Falls nicht, empfehlen wir Partner:innen aus unseren Netzwerken.
- Anderenfalls folgt im nächsten Schritt ein freibleibendes, befristetes Angebot; seit 2022 mit standardisierten Passagen, die unter D4 konkretisiert werden.
- Bei Angebotsannahme führen wir den Prozess im vereinbarten Umfang aus.
- Nach Auftragsende holen wir aktiv Feedback zur Nachhaltigkeit der Ergebnisse in turnusmäßigen Abständen ein. Gemachte Erfahrung fließen genauso in die Anpassung unserer Programme an die Bedürfnisse unserer Zielgruppen ein wie die Rückmeldungen aus den Umfragen.

Dabei gilt für Bestands- und Neuauftraggeber:innen der Gleichbehandlungsgrundsatz.

KENNZAHLEN Gewinnung von Auftraggeber:innen

Anteile neue Auftraggeber:innen (AG) / Bestand	2021	2022
Neue Auftraggeber:innen	50%	50%
Bestands-Auftraggeber:innen	50%	50%
Neue AG nach Marketingkanal		
Empfehlung von Bestands-AG	65%	75%
Empfehlung aus Netzwerken	15%	10%
Reaktivierung von Bestands-AG	10%	5%
Gespräche auf Netzwerktreffen (BNI, Events)	5%	5%
Online-Kontaktpunkte (Website, Xing, LinkedIn)	5%	5%

Welche Kund:innen-Gruppen haben einen erschwerten Zugang zu den Produkten und Dienstleistungen? Was wird getan, dass diese auch in den Genuss der Produkte/Dienstleistungen kommen können?

Auftraggeber:innen aus dem Non-Profit-Bereich haben aus drei Gründen einen erschwerten Zugang zu unseren Programmen:

1. gedeckelte Budgets,
2. keine Vorsteuerabzugsberechtigung und
3. gleichzeitig sehr komplexe Anforderungen beim Austarieren unterschiedlicher Interessen, wie in der Kurzpräsentation zu Beginn dieses Berichts skizziert.

Punkt 3 schlägt sich in einem erhöhten Arbeitsaufwand beim Durchführen der Aufträge nieder; bei einer Kalkulation „Zeit gegen Geld“ würde dies zu hohen Preisen für diese Organisationen führen.

Um für diese Gruppen tätig werden zu können arbeitet Christine Ehlers – **wernerleben.** mit gestaffelten Programm- bzw. Modulpreisen, bei Christine Ehlers – **wernerleben.** als Investition gelabelt, da es unser erklärtes Ziel ist, dass die Ergebnisse unserer Angebote langfristig wirksam sind.

Einkommensschwache Soloselbstständige und Kleinstunternehmen sind häufig wirtschaftlich überfordert, wenn sie die Investition für eine Begleitung oder Beratung in einem Abschlag zahlen sollen. Liegt die Gründung noch nicht allzu lang zurück oder halten sie sich selbst für kaufmännisch ungeübt, erleichtert ihnen ein regelmäßiger Zahlungsrhythmus die Buchhaltung durch Aufbau von Routinen.

Privatpersonen mit geringem Einkommen können sich Mediationen zu marktüblichen Preisen meist nicht leisten. Hier mediiert Christine Ehlers vereinzelt zu einer sozialverträglichen Pauschale.

ETHIKLEITLINIEN – PREISSTRUKTUR

- bei vergleichbaren Leistungen (z.B. Mediation) liegt die Brutto-Investition für nicht vorsteuerabzugsberechtigte Non-Profit-Organisationen nicht höher als die Netto-Investition für ein gewinnorientiertes Unternehmen.
- Coachings und Mediationen werden nach Stundensätzen kalkuliert und abgerechnet, damit Coachees und Mediand:innen jederzeit entscheiden können, den Prozess zu beenden. Im regulären Stundensatz sind Vor- und Nachbereitungsleistungen sowie Materialien inkludiert.
- Der Stundensatz für eine Mediatorin oder Konfliktmoderatorin liegt bei einer Co-Mediation-/Moderation deutlich niedriger als im Einzel, da der Energieaufwand zur Prozesssteuerung für die Einzelnen niedriger ist.

- Coaching-Aufträge, die von Angestellten aus eigener Tasche bezahlt werden, sind einheitlich pro Coachingstunde gedeckelt.
- Für Organisationen und Einzelpersonen mit besonders geringen finanziellen Mitteln bietet Christine Ehlers – **wernerleben.** einen Sozialtarif an. Diese Aufträge wurden im Berichtszeitraum durch regulär bezahlte Aufträge querfinanziert.
- Soloselbstständige und Kleinstunternehmen im Aufbau erhalten die Möglichkeit, in Raten zu zahlen.

Für Menschen mit ausgeprägter Sehschwäche besteht eine Hürde in Workshops, Mediationen und Konfliktmoderationen darin, dass ihre Hilfsmittel zwar geschriebene Worte z.B. Vorlesen können, an Visualisierungen auf Folie oder Flipchart häufig scheitern. In solchen Fällen nutzt Christine Ehlers bildhafte Sprache, um die Visualisierungen sprachlich sichtbar zu machen; im Berichtsjahr 2021 setzte sie diese Methode in einer Online-Konfliktmoderation für Lehrkräfte einer Musikschule ein.

Bei Aufträgen mit gemischtsprachlichen Gruppen arbeitet Christine Ehlers – **wernerleben.** auf der Weltsprache Englisch.

KENNZAHLEN Umsatzanteil benachteiligte Auftraggeber:innen-Gruppen

Umsatzanteil Aufträge für benachteiligte Gruppen	2021	2022
Gesamtumsatz	30%	72%
Nach Angebotssegmenten		
BeratungsKUNST	19%	48%
KonzeptMEDIATION	0%	10%
TeamKULTUR	11%	24%

ETHIKLEITLINIEN – SERVICE

- Christine Ehlers von **wernerleben.** stellt durch regelmäßige Weiterbildungen, Super- und Interventionen sicher, dass sie ihre Auftraggeber:innen bestmöglich unterstützen kann.
- Über die im Internet veröffentlichten Kontaktwege ist sie jederzeit ansprechbar. Rückmeldungen erfolgen grundsätzlich zu den üblichen Arbeitszeiten; in sehr dringenden Fällen auch außerhalb der Kernzeiten.
- Wann immer möglich arbeitet Christine Ehlers – **wernerleben.** bei längeren Projekten – sei es bezahlt für Auftraggeber:innen, sei es ehrenamtlich, mit den Bündnis- und Kooperationspartner:innen oder auch mit Dienstleister:innen für **wernerleben.** – über kollaborative Plattformen zusammen, so dass Dokumente und Dokumentationen für alle Beteiligten zu jederzeit zugänglich sind.

Um auch für international zusammenarbeitende Unternehmen im Konfliktfall leicht und einfach ansprechbar zu sein, hat sich Christine Ehlers bei der OECD im „Roster of mediators for National Contact Points for Responsible Business Conduct“ listen lassen. Dieses Verzeichnis bietet interessierten Unternehmen mit Bedarf einen schnellen Überblick und pragmatischen Weg zur Kontaktaufnahme.

VERBESSERUNGSPOTENZIALE/ZIELE:

Das von Christine Ehlers – **wernerleben.** entwickelte Preissystem ist zu komplex, um es auf der Internetseite zu veröffentlichen. Das bisherige System zur Querfinanzierung von Tätigkeiten zum Sozialtarif ist zu zeitaufwendig. Für beides wird die Inhaberin nach pragmatischeren Lösungen suchen.

Christine Ehlers wird sich bei den Programmen „REACT with Impact“ sowie Coaching Bonus der IBB als Beraterin bewerben, um mit **wernerleben.** Sozialunternehmen und Akteure der Kreativwirtschaft verbesserten Zugang zu unseren Leistungen zu ermöglichen.

D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen

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

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Christine Ehlers – **wernerleben.** bestätigt, dass weder vergleichende noch beschönigende, verschleiende oder diskriminierende Werbung und auch keine unerwarteten Massensendungen an potenzielle Kunden durchgeführt werden.

D2 Kooperation & Solidarität mit Mitunternehmen

Selbsteinschätzung: 6 Punkte von 10

*Angebote in solidarischen Verbänden sind der bevorzugte Weg, Kund:innen und Auftraggeber:innen maßgeschneiderte Lösungspakete anzubieten; das Label **wernerleben.** ist als fluides Bündnis mit sich komplementär ergänzenden Kompetenzen angelegt; Kooperation auch in der Bürogemeinschaft; Weitergabe dort von Arbeitsmitteln; ehrenamtliches Engagement für die Einhaltung von Branchenstandards in der Mediation und im Empfehlungsmarketing.*

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

Christine Ehlers arbeitet mit folgenden Unternehmer:innen in einem engen Bündnis zusammen:

- Barbara Budrich mit ihrem Label inspirited
 - Angebot: das Inspired Leadership Training
 - Zielsetzung: Unternehmer:innen und Angestellte mit unternehmerischem Denken dabei zu unterstützen, in jeder Hinsicht nachhaltig, gesund, rentabel und souverän zu führen.

- Katharina Stahlenbrecher von intagt:
 - Angebot: Aus- und Weiterbildung DiversityMediation,
 - Zielsetzung für Unternehmen: Konfliktfolgekosten senken, Mitarbeiter:innenbindung festigen, neue Perspektiven entwickeln
 - Individuelle Ziele: systematische Stärkung der persönlichen Konfliktbearbeitungskompetenz, erweiterte Kommunikationsfähigkeiten, bessere Gesprächsergebnisse, mehr Gelassenheit.

- Katharina Stahlenbrecher & Jule Endruweit (beide intagt), die Supervisorin und Theologin Susanne Gillmann – gemeinsam sind wir *4 Köpfe, 8+ Perspektiven*. Unter diesem Label produzieren wir einen Podcast <https://www.4koepfe8perspektiven.de/>.
 - Inhalte: Beratungsanfragen zu konkreten als schwierig erlebten Situationen von anonymisierten Personen, die von uns nach der Methode des Reflecting Teams besprochen werden
 - Zielsetzung: Hilfestellung und Anregungen für die Anfragenden und über die Veröffentlichung auch anderen Menschen mit vergleichbaren Problemstellungen.

- Matthias Hornschuh, Filmkomponist und Funktionsträger in der Kulturpolitik.
 - Angebot: Moderationspartner bei komplexen Konfliktmoderationen und Partizipationsprozessen
 - Zielsetzung: nachhaltige allseits akzeptierte Ergebnisse für die Akteur:innen

- Matthias, Hornschuh, Carola Christiansen (Krimiautorin und ehemalige Personalverantwortliche in einem Konzern), Carolin Huder (geschäftsführende Vorständin der Kulturgenossenschaft Neue Kammerspiele Kleinmachnow) und Barbara Ellenberger (Dramaturgin und Klimaaktivistin) als Beratungsteam
 - Angebot: *Kultur hilft Wirtschaft*.

- Zielsetzungen:
 - echte out-of-the-box-Ideen durch die heterogene Zusammensetzung
 - Entwicklung zeitgemäßer Geschäftsmodelle mit Expertise in der Arbeit unter volatilen, unsicheren, komplexen und ambivalenten Rahmenbedingungen, die im Kultursektor grundsätzlich gelten.
 - Umsetzbare Ideen durch hohen Professionalitätsgrad und die tiefe Vernetzung der vier Persönlichkeiten – auch durch Vernetzung mit Kontakten aus deren eigenen Netzwerken.
- Carolin Huder mit ihrer langjährigen Berufserfahrung als Kulturmanagerin und in der Beantragung von Fördermitteln regional, aus Programmen des Bundes und der EU
 - Angebot: Beraterin bei den Finanzthemen für Kreativschaffende und Häuser der freien Szene
 - Zielsetzung: Unterstützung bei der nachhaltigen Finanzplanung.

Lockerere Kooperationen im Berichtszeitraum

- Sebastian Barz von Form + Grund (Grafikdesign) bei der Erstellung von Websites für Auftraggeber:innen.
- Signe Stein von frei | raum | planen
 - Angebot: „Geiler streiten“ (im Berichtszeitraum noch in der Entwicklung)
 - Zielsetzung: verbesserte Debattenkultur in Politik und öffentlichem Raum
- Lukas Szybowski
 - Angebote: Ko-Moderation von Teamworkshops | gegenseitige Vertretung
 - Zielsetzung für die Auftraggeber:innen: effektive Teamarbeit, hohe Performance, Zufriedenheit und Kollaboration

KENNZAHLEN

	2021	2022
Zeitaufwand Kooperationsangebote Einzelleistungen in %		
In Kooperation erstellt	57%	67%
Ohne Kooperationspartner erstellt	43%	33%
Umsatz durch Kooperationen in %		
Unternehmen mit gleicher Zielgruppe und Region	6%	17%
Unternehmen gleicher Branche in einer anderen Region	18%	33%
Unternehmen gleicher Branche und Region mit anderer Zielgruppe	6%	3%

In welchen Bereichen verhält sich das Unternehmen solidarisch gegenüber anderen Unternehmen und hilft uneigennützig?

Christine Ehlers führt regelmäßig Vier-Augen-Gespräche mit anderen Unternehmer:innen, um zu klären, wie **wernerleben.** diese passend empfehlen kann. 2021 führte sie 60 solcher Gespräche; 2022 waren es 34.

Sie engagiert sich in der Deutschen Stiftung Mediation für die Sicherung der Mediationsstandards, weiter fortschreitende Professionalisierung und gegen Preisdumping, um Mediator:innen ein auskömmliches Einkommen zu sichern und Mediand:innen die bestmögliche Prozesssteuerung erhalten zu können. Die Stiftung plädiert für die Einrichtung einer Bundesmediator:innenkammer und hat hierzu 2021 einen Vorschlag zur Ausarbeitung erarbeitet und veröffentlicht.

Als Sprecherin der AG Diversity schuf die Inhaberin Rahmen und Formate zum Austausch über Diversitätsthemen und Mediation, um Mediator:innen, Mitarbeiter:innen von Konfliktbearbeitungsstellen oder in der Rolle der Diversitätsbeauftragten u.ä. in der Professionalisierung weiter voranzubringen und konkrete Fälle intervidieren zu lassen.

Einzelunternehmer:innen in herausfordernden Situation helfen Christine Ehlers und ihre Bündnispartner:innen von **wernerleben.** durch Klarheit, Unterlagen, Handlungsempfehlungen, Knowhow, Recherchen, Netzwerkkontakte, Zuhören und Mitdenken gelegentlich auch unentgeltlich mit einem der Angebote von **wernerleben.** Details hierzu stehen im Berichtsteil E2.

Im Rahmen des BNI-Unternehmernetzwerks

- konzipierte sie 2021 einen Workshop zu wertschätzender Mitarbeiterführung und führte diesem im Rahmen des BNI-Netzwerk- und Weiterbildungsereignisses Luxxes für Unternehmer:innen durch. Dafür wendete sie insgesamt 2,5 Stunden auf.
- unterstützte sie 2022 Unternehmer:innen bei einer Netzwerkreise nach Wien durch die Kommunikation mit dem Hotel und den Veranstaltern vor Ort in einem geschätzten Zeitumfang von insgesamt 25 Stunden.
- engagierte sich Christine Ehlers als Schatzmeisterin danach ehrenamtlich von April bis Mitte November zur guten Organisation der Netzwerktreffen und dadurch mehr Sichtbarkeit und mehr Umsatz für die Unternehmer:innen. Dafür arbeitete sie wöchentlich durchschnittlich 7 Stunden.

Für Kleinstunternehmen gab sie 2022 ein kostenloses Webinar zum Thema Teams. Finanzmittel wurden nicht übergeben; es wurden aber in einigen Fällen Zahlungsziele bei Kooperationen gestundet oder Tauschgeschäfte mit Auftraggeber:innen vereinbart.

KENNZAHLEN

Engagement von Christine Ehlers - werterleben	2021	2022
Initiativen und responsible Lobbying		
Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung ökologischer, sozialer oder qualitativer Branchenstandards	0%	0%
Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (responsible Lobbying)	70%	30%
Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der qualitativen Branchenstandards	30%	70%
Weitergabe von Mitarbeiterstunden an Unternehmen		
... anderer Branchen (gerundet)	115	308
... der gleichen Branche	20	27
Weitergabe von Aufträgen an Unternehmen		
... anderer Branchen	6	8
... der gleichen Branche	0	2
Summe an Finanzmitteln, die an Unternehmen weitergeben wurden		
... anderer Branchen	0	0
... der gleichen Branche	0	0

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Entfällt, da dies der erste Bericht ist.

VERBESSERUNGSPOTENZIALE/ZIELE:

- Erweiterung des Beratungsteams im Modul *Kultur hilft Wirtschaft* um 2 Berater:innen.
- Promotion des Podcast für größere Reichweite der in den Sessions enthaltenen Hilfestellungen.
- Anmeldung als Mitgliedsunternehmen der Gemeinwohlökonomie und stärkere Zusammenarbeit mit den dort versammelten Unternehmen.
- Prüfung einer Mitgliedschaft im Netzwerk B.A.U.M.
- Aktive Vernetzung und Zusammenarbeit in der SINN | MACHT | GEWINN Community.
- Ausbau der Weitergabe von Aufträgen an Unternehmen

D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmern

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

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Christine Ehlers – **w**erterleben. bestätigt, dass weder die Inhaberin noch ihre Bündnispartner:innen sich schädigend oder diskreditierend gegenüber Mitunternehmern verhalten – im Gegenteil: wir setzen auf Kooperation und Kollaboration.

D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Selbsteinschätzung: 1 Punkt von 10

Strategie und Maßnahmen um zur Reduzierung ökologischer Auswirkungen bei der Leistungserbringung vorhanden; geringere ökologische Auswirkungen als vergleichbare Alternativen, die ausschließlich analog arbeiten; keine standardmäßigen Informationen zu ökologischen Auswirkungen

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?

Sämtliche Dienstleistungen von Christine Ehlers – **w**erterleben. sind geistige Arbeit. Durch die Inanspruchnahme dieser Angebote selbst entstehen keine nennenswerten ökologischen Auswirkungen.

Unsere Module können fast alle remote durchgeführt werden, sodass z.B. eine Anreise nicht nötig ist. Mehrere Module sind explizit auf die Remote-Durchführung angelegt – beispielsweise das Programm *Kultur hilft Wirtschaft*, das Jahrestraining *Inspired Leadership Training* und die Führungskräfte-Coachings.

Im Berichtszeitraum wurden ca. 75 Prozent der Aufträge remote oder hybrid durchgeführt. Da Christine Ehlers im Jahr 2021 noch diverse Online-Plattformen zu Testzwecken nutzte, die sehr unterschiedlich im Trafficvolumen sind und es außerdem nicht bekannt ist, auf welche Weise die Teilnehmenden mit dem Internet verbunden waren, ist eine valide Aussage zum CO₂-Ausstoß nicht möglich.

Wenn das Format analoge Sitzungen in Präsenz erforderte, reiste Christine Ehlers – **werterleben.** entweder mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder einem E-Auto an.

KENNZAHLEN

Umweltkonten 2021 –	Erhebung	In KG CO ²
Ausstoß klimawirksamer Gase in kg		11.030
ÖPNV – Fernverkehr, meist ICE	18 Fahrten	30,62
Autofahren Benziner	716 km	11 000

Umweltkonten 2022	Erhebung	In KG CO ²
Ausstoß klimawirksamer Gase in k		160,21
ÖPNV – Fernverkehr, meist ICE	35 Fahrten	154,69
Autofahren Strom	94 km	0
Autofahren Benziner (Taxi – geschätzt)	37,5 km	5,52

Ein im Q4 2022 entwickelte Workshop, der als rein analoges Format angelegt ist, richtet sich ganz vorrangig an Zielgruppen aus Berlin und Umgebung oder als Inhouse-Seminar an Unternehmen in Berlin, Hamburg, Köln und jeweilige Umgebungen; an diesen Orten ist die Inhaberin sowohl beruflich als auch privat verankert, wodurch hier gute Möglichkeiten zur Verknüpfung von businessbezogenen Aktivitäten gegeben sind.

Im Falle analoger Leistungen verwendet Christine Ehlers – **werterleben.** überwiegend Materialien, die entweder aus recycelten Stoffen (z.B. Papier) oder nachfüllbar (z.B. Stifte) sind. Einzig für Post-It's hat sie noch keine effektive Ersatzlösung gefunden. Zur Müllreduzierung nutzt sie alte Flipchartbögen als Skizzenmaterial.

Ökologische Auswirkungen im digitalen Bereich reduziert sie durch konsequente Nutzung von wiederaufbereiteten Geräten (Laptop, iMac, Smartphone, Drucker) und durch gemeinschaftliche Nutzung von Geräten und Räumen in einer Bürogemeinschaft.

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

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

Bislang sind keine Strategien oder Maßnahmen für maßvollen Konsum der Auftraggeber:innen entwickelt oder umgesetzt worden; auf eine suffiziente Nutzung wird auf inhaltlicher Ebene hingearbeitet. Ökologie, Klimaneutralität oder Biodiversität gehören nicht grundsätzlich zum inhaltlichen Portfolio von **werterleben.**, wohl aber zu dem einer Bündnispartnerin: Im Programm *Kultur hilft Wirtschaft* sind diese Themen durch die Impulse von Barbara Ellenberger jedes Mal enthalten.

VERBESSERUNGSPOTENZIALE/ZIELE:

Christine Ehlers – **wernerleben.** will durch Veröffentlichung dieses Berichts auf der Website ihren Auftraggeber:innen den Impuls geben, sich selbst mit dieser Thematik verstärkt auseinanderzusetzen.

D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

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

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Christine Ehlers – **wernerleben.** bestätigt die Abwesenheit einer bewussten Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen für die Inhaberin und ihre Bündnispartner:innen.

D4 Kund:innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

Selbsteinschätzung: 4 Punkte von 10

*Feedback und Wünsche der Auftraggeber:innen werden entlang vereinbarter Zielsetzung sowie Werten und Ethik von **wernerleben.** systematisch aufgenommen und umgesetzt; Auftraggeber:innen werden über die Leistungen und deren Bestandteile, Vorgehensweisen, Herkunft der methodischen Ansätze, Kompetenzen im Einsatz, Ziele, erwartbare Ergebnisse, Preise und Preisbestandteile weitestgehend vollständig informiert; für nachhaltige Wirksamkeit werden die Inhalte gemeinsam mit den Auftraggeber:innen im Dialog entwickelt*

Welche Produktinformationen sind öffentlich zugänglich (Inhaltsstoffe, Wertschöpfungskette, ökologisch relevante Informationen, Preisfindung)?

Zu unseren Angeboten gibt es seit 2018 optisch klar gestaltete Factsheets mit erwartbaren Ergebnissen, Ablauf, Formaten, Dauer, Methoden und Prinzipien sowie Preisen und Durchführenden der aktuell buchbaren Programme und Module. Seit dem Jahr 2022 gibt es – bis auf die Preise – diese Informationen auch online.

In unseren schriftlichen Angeboten werden diese Inhalte erneut kommuniziert, standardmäßig ergänzt um die Inhalte „was ich über Ihre Organisation weiß“, „Situation – welcher Prozess angedacht ist“ bzw. „in welchem Prozess Sie gerade stecken“, einer

Lösungsempfehlung im Sinne eines Fahrplans, einer tabellarischen Auflistung der angebotenen Leistungen inkl. genauer Aufschlüsselung und den AGBs.

Mit Aussendung des Angebots geht immer die Aufforderung einher, Veränderungswünsche an den Inhalten mitzuteilen. Dies ist im Berichtszeitraum bei drei Angeboten der Fall gewesen. Nach einer kurzen Abstimmung über den konkreten Änderungsbedarf im Dialog wurden diese dann vorgenommen und umgesetzt.

Während des Umsetzungsprozesses erhalten die Auftraggeber:innen bei Einsatz bestehender Methoden Hinweise auf die Autorschaft; diese Hinweise sind auch in der abschließenden Dokumentation enthalten..

KENNZAHLEN

Prozentualer Anteil der Programme Module	2021	2022
... mit ausgewiesenen Inhalten, verwendeten Methoden	100%	100%
... mit in Angeboten veröffentlichten Preisbestandteilen:	80%	80%
... mit in Factsheets veröffentlichten Preisbestandteilen:	0%	0%
...mit Online veröffentlichten Preisbestandteilen	0%	0%

:manche Auftraggeber:innen wünsche möglichst schlanke Angebote; dann wird die Informationstiefe entlang der konkreten Wünsche angepasst.

::zur Übersichtlichkeit wird nur der Gesamtpreis genannt.

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

Coachings, Workshops, Trainings und Mentorings werden entlang der Zielsetzungen und im Dialog mit den Kund:innen und Klient:innen gestaltet. Dazu führt Christine Ehlers gründliche und nicht unbedingt zeitintensive Auftragsklärungsgespräche.

In Beratungsprozessen, Coachings und Trainings holt **wernerleben.** regel- und turnusmäßig Feedback während des Prozesses ein und steuert ggf. nach. Jeder Termin startet mit aktuellen Themen der/dem Auftraggeber:in bevor Christine Ehlers dann mit einem Impuls zum vorab vereinbarten Thema überleitet. In der Mediation und KonzeptMEDIATION wird zuerst auf akute Themen eingegangen, die dann in den laufenden Prozess eingebunden werden. Hier bestimmen die Mediand:innen bzw. Teilnehmenden die Inhalte; die Mediator:innen bzw. Moderator:innen steuern den Prozess.

Wernerleben. legt großen Wert auf eine aussagekräftige Abschlussdokumentation, um die Nachhaltigkeit der erzielten Ergebnisse zu verbessern. Diejenigen Personen, mit denen **wernerleben.** direkt gearbeitet hat, erhalten diese zum Projektabschluss bzw. erstellen sie bei Mediationen selbst; je nach allseits akzeptierter Absprache werden darüber hinaus auch

Vorgesetzte oder andere Anspruchsgruppen über Ergebnissen und Vereinbarung in der vereinbarten Tiefe und Form informiert.

Turnusmäßig werden alle Teilnehmenden nach Prozessende um Feedback gebeten und zu einer Bewertung über ProvenExpert eingeladen.

Werden Impulse von Kund:innen zur sozial-ökologischen Verbesserung der Produkte und Dienstleistungen aufgenommen?

Impulse zur ökologischen Verbesserung unserer Leistungen haben wir von Auftraggeber:innen bislang nicht erhalten. Grundsätzlich sind wir dafür offen und freuen uns, wenn wir die Möglichkeit bekommen, zu einem gesunden Planeten beizutragen.

Impulse zur sozialen Verbesserung werden aktiv durch Christine Ehlers – **wernerleben.** gehört oder eingeholt und dann auch nach Möglichkeit umgesetzt. Im Berichtszeitraum betraf dies die kundenorientierte Kommunikation der Programme und Module und löste eine grundlegende Überarbeitung von Internetauftritt und Präsentationsinhalten, inkl. Pitches aus. Weiterhin wurde auf Verbesserungsbedarf bei der technisch-dramaturgischen Aufbereitung von Online-Workshops hingewiesen, sodass Christine Ehlers sich für 2023 entsprechende Weiterbildungen vorgenommen hat.

Neu entwickelt auf Basis von Dialogen mit Bestands-Auftraggeber:innen und Interessent:innen wurden im Berichtszeitraum folgende Programme gleich umgesetzt:

KENNZAHLEN

	BeratungsKUNST	KonzeptMEDIATION	TeamKULTUR
2021	Projektbegleitung		Inspired Leadership Training
2022	Nachhaltige Finanzplanung für Kulturtätige Förderanträge	Konzepte für Stadteilgestaltung mit Kultur und Kunst Klärungsgespräche bei kulturell-künstlerischen Interventionen	Teamaufbau Aufgaben richtig rausgeben

Prozentualer Anteil der Programme Module, die	2021	2022
... durch den Austausch mit Auftraggeber:innen sozial verbessert wurden	100%	100%
... aufgrund des Austauschs mit (potenziellen) Auftraggeber:innen entwickelt und umgesetzt wurden	50 %	62%

VERBESSERUNGSPOTENZIALE/ZIELE:

Steigerung des Anteils der Programme | Module, die aufgrund des Austauschs mit (potenziellen) Auftraggeber:innenn entwickelt und umgesetzt werden auf mindestens 75%.

D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen

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

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Christine Ehlers – **w**erterleben. legt Wert darauf, dass die in unseren Programmen eingesetzten Materialien gesundheitlich unbedenklich und ökologisch möglichst nachhaltig sind.

KAPITEL E | GESELLSCHAFTLICHES UMFELD

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Selbsteinschätzung: 4 Punkte von 10

Angebote dienen der gesunden Entwicklung der Einzelnen und der Gemeinschaft und führen zu Einstellungs- und Wissensänderung; konstruktive Problemlösung in Win-Win-Ergebnissen werden eingeübt; neues Verhalten wirkt über den Einzelnen hinaus.

Welche der neun Grundbedürfnisse (siehe unten) erfüllen die Produkte/Dienstleistungen des Unternehmens?

Welche der Produkte/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/Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?

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

Das Kerngeschäft von Christine Ehlers – **w**erterleben. ist die Beratung, Unterstützung und Begleitung von Berufstätigen und Organisationen mit humanistischem Wertesystem, intrinsischer Motivation, die Welt besser zu machen sowie großen Ambitionen. Dadurch zielt das Unternehmen indirekt auf Förderung des Gemeinwohls: Indem wir unseren Auftraggebern ihre Ressourcen und Stärken bewusst machen und sie aus ihrer Kultur heraus beraten, öffnen sich ihnen Wege, wie sie diese Anliegen möglichst effektiv realisieren können.

Kultur verstehen wir als prozesshaften Ausdruck einer Haltung mit ihren Weltwahrnehmungen, Denk- und Verhaltensmustern. Wird die gemeinwohlorientierte Haltung bei Einzelnen gestärkt, kann dies in der Logik eines Schneeballsystems zum Erreichen einer kritischen Masse und in Folge tatsächlich zu Veränderung führen. Dazu sind unsere Leistungen darauf angelegt, möglichst viele Grundbedürfnisse zu adressieren, anzuerkennen und in die Fülle zu bringen. Je nach Ausrichtung unserer Kund:innen auf menschliches oder nichtmenschliches Leben unterstützen wir somit mittelbar die Erde und die Biosphäre.

Unser Angebot dient dem persönlichen Wachstum der Einzelnen und ihrer unternehmerischen, psychischen, mentalen und emotionalen Gesundheit, im Weiteren soll ethisches Verhalten in größeren Zusammenhängen gefördert und der Boden bereitet werden für die Umsetzung gemeinwohlorientierter Prozesse und Produkte.

Im Berichtszeitraum führte Christine Ehlers – **w**erterleben. folgende Programme durch

BeratungsKUNST – Anteil am Gesamtumsatz: 31% (2021) | 21% (2022)

- **Projektbegleitung zum Umsetzen von gemeinwohlorientierten Utopien**

1. Konzeption & Koordination mehrerer Projekte mit Geflüchteten in unterschiedlichen Altersgruppen und Lebenssituationen. Ziele: Erwerb neuer konstruktiver Konfliktlösungsstrategien; Teilhabe am Leben in Berlin.

Wirksamkeitsmessung: Erstellung von Sachstandsberichten inklusive Empfehlungen für weitere Schritte.

Beispiel: modulares Konfliktkompetenzen-Workshop-Angebot mit flankierenden Kreativworkshops und so genannten „Lagerfeuergesprächen“ in einer reinen Männergemeinschaftsunterkunft für geflüchtete alleinreisende Männer

Aus den Sachstandsberichten: „Das Projekt schloss für die Projektdauer zu einem gewissen Grad die soziale und psychologische Versorgungslücke, unter der die dort lebenden Männer nach eigenen Aussagen leiden. [...] Die gendergemischte Trainer:innen-Runde bei den Gesprächsrunden ermöglichte erste Schritte in Richtung Integration: Am Beispiel der Psychologin und der Trainerin erlebten die teilnehmenden Heimbewohner, welche Bildungs- und Karrieremöglichkeiten Frauen in Deutschland offenstehen und wie die Geschlechterrollen hier gelebt werden. [...] Frühzeitiger Zugang zu Sprachkursen, Arbeitsmöglichkeiten und niederschweligen, engmaschigen sowie nachhaltigen Beratungsangeboten würde die Lebensumstände der Bewohner deutlich verbessern und ein Ankommen ermöglichen, statt den psychischen, physischen und sozialen Abbau zu beschleunigen.“

2. Unterstützung bei der Ausentwicklung einer vagen Idee hin zu einer Kalkulations- und Konfigurations-Software zur Kopplung von physikalischen Lösungen der Haustechnik inkl. Berechnung der Investitionskosten und Amortisierungsraten. Zielgruppen: Hauseigentümer. Ziel. Breitenwirksame Lösung gegen die Klimakrise entwickeln.

Wirksamkeitsmessung: turnusmäßige Nachfragen zum Fortgang des Projekts. Letzte Auskunft im Februar 2022 von Christoph Klemke

„In Excel habe ich den Kern der Idee erstellt. Jetzt geht es darum, einen richtigen Programmierer – am besten mit Kenntnissen in Datenbankprogrammierung – mit der Programmierung eines Prototyps zu beauftragen. Damit will ich dann Unternehmer von der Idee überzeugen, damit sie das Projekt übernehmen und weitertreiben.“

Christoph Klemke, Inhaber & Betreiber des Musik- und Medienhauses „musik erlaubt“ in Berlin Lichtenberg <https://musik-erlaubt.de/>

o **Kultur hilft Wirtschaft, (Programm zur Identifizierung persönlichkeits- und werteorientierter Businesspotenziale aus kultureller Perspektive)**

Dieses Angebot war im Berichtszeitraum Bestandteil der Projektbegleitung für klimapositive Haustechnik. Die Beratung bedeutete für den Auftraggeber nach eigener Aussage genau die Unterstützung, die er in dem Moment dringend gebraucht und die ihm wieder Mut gemacht hat. Sie erbrachte konkrete und umsetzbare Ideen zur Ausgestaltung, Finanzierung und Bekanntmachung der Lösung.

KENNZAHLEN BeratungskUNST

Erfüllte Bedürfnisse			
deckt Grundbedürfnisse		1, 2, 4, 5, 7, 8, 9	100%
1 – gut leben	6 – Erholung		
2 – Schutz/Sicherheit	7- kreatives Schaffen		
3 - Zuneigung	8 – Identität/ Sinn		
4 – Empathie	9. Freiheit/Autonomie		
5 – Teilhabe			
Statussymbol / Luxus			0%
Dient der Entwicklung ...			
...der Menschen			75%
... der Erde/Biosphäre			5%
... von Lösungen zur Erreichung gesellschaftlicher / ökologischer Ziele der UN (SDG)		SDG 7, 8, 11, 13, 16, 17	20%
Nutzender Dienstleistungen			
Mehrfachnutzen			100%
einfacher Nutzen			0%
hemmender Nutzen			0
Pseudonutzen			0

KonzeptMEDIATION – Anteil am Gesamtumsatz: 0% (2021) | 21% (2022)

o **Konzeptentwicklung zur Stadt(teil)entwicklung mit kulturell-künstlerischen Ansätzen**

Christine Ehlers erstellte für ein kommunales Wohnungsbauunternehmen einen Orientierungsrahmen zu künstlerischen Interventionen im Quartiersmanagement (QM). Diese sollen ein geplantes QM-Projekt entlang der weltweiten Nachhaltigkeitsziele unterstützen; ein bislang einzigartiger, von der Nationalen Stadtentwicklungspolitik befürworteter Ansatz. Bestandteil des Papiers war die Vermittlung von Perspektiven, Ansprüchen und Konfliktpotenzialen von Wohnungswirtschaft einerseits und andererseits Kunst und Kultur.

„Ich hätte Ihnen noch stundenlang zuhören können. Vor allem, was sie am Anfang darüber gesagt haben, was Kunst kann, was Künstler brauchen und was nicht, hat mir nochmal ein ganz anderes und tieferes Verständnis von diesem Thema ermöglicht.“

Rückmeldung einer Führungskraft zu meiner hausinternen, abschließenden Präsentation der gewonnenen Erkenntnisse.

Moderation von Fachveranstaltungen zum Thema kulturelle Stadt(teil)gestaltung – z.B. Workshops, Kongresse, Partizipationsprozesse

Werterleben. gehörte zu einem Think-Do-Tank, der eine Praxiswerkstatt zu kultureller Stadtentwicklung veranstaltete. Ziel der Veranstaltung: Akteure aus Politik, Wohnungsverwaltung, Kunst und Zivilgesellschaft in einen fruchtbaren Austausch zu bringen. Diese Veranstaltung war einerseits ein Statussymbol; andererseits und gleichzeitig jedoch eine Voraussetzung für die Fortführung und Verstetigung von Kultur in QM-Projekten und insofern für das Erreichen von Nachhaltigkeitszielen, insb. SDG 11 – nachhaltige Städte und Gemeinden – in Deutschland. Wenn dieser Ansatz nicht weiterverfolgt wird, war es ein Event à la „schön, dass wir drüber gesprochen haben“ (Pseudonutzen).

Wirkungsnachweis: Das Ziel, einen fruchtbaren Austausch herzustellen, wurde erreicht. Die ausführliche Dokumentation ist hier zu finden <https://www.netzwerk-quartier.de/veranstaltungen/praxiswerkstatt-markisches-viertel-auf-dem-weg-zu-einem-kulturell-kreativen-transformationsmanagement>

„Liebe Christine, danke dir nochmal für die Einladung, das Podiumsgespräch und die Wertschätzung gegenüber meiner Arbeit, die ich über die zwei Tage sehr zu spüren bekommen habe “

Adam Page, Künstler

KENNZAHLEN KonzeptMEDIATION

Erfüllte Bedürfnisse			
deckt Grundbedürfnisse		4, 7, 8, 9	95%
1 – gut leben	6 – Erholung		
2 – Schutz/Sicherheit	7- kreatives Schaffen		
3 - Zuneigung	8 – Identität/ Sinn		
4 – Empathie	9. Freiheit/Autonomie		
5 – Teilhabe			
Statussymbol / Luxus			5%
Dient der Entwicklung ...			
...der Menschen			60%
... der Erde/Biosphäre			10%
... von Lösungen zur Erreichung gesellschaftlicher / ökologischer Ziele der UN (SDG)		SDG 7, 8, 11, 13, 16, 17	30%
Nutzender Dienstleistungen			
Mehrfachnutzen			90%
einfacher Nutzen			0%
hemmender Nutzen			0
Pseudonutzen			10%

TeamKULTUR – Anteil am Gesamtumsatz (2021 + 2022): 55%

o **Leadership-Coaching und -Training**

Werterleben. entwickelte kooperativ, ko-kreativ und iterativ ein Jahrestraining für Unternehmer:innen und Angestellte mit unternehmerischem Mindset mit dem Ziel, gesunde, rentable und souveräne Leitung in nachhaltigen Unternehmen zu stärken. Konkretere Informationen gibt es unter diesem [Link](#). Daneben coachte Christine Ehlers mehrere Führungskräfte in persönlichkeitszentrierter, situativer Leitung von Gruppen und Teams. Ziele: unterschiedliche Persönlichkeiten bei der Aufgabenbearbeitung bestmöglich in Kontakt miteinander und damit in der Sache fruchtbar zu machen.

Wirkungsnachweise:

Jahrestraining: Abschlusspräsentation zu einem im Training entstandenen Businessprojekte (sind vertraulich).

Beispielrückmeldung einer Teilnehmerin

„Seltsam, dass das Training jetzt vorbei ist! Ich habe auf jeden Fall sehr viel für mich mitnehmen können und bin sehr dankbar für die Chance. Vielen Dank für all Eure Zeit und Energie, die Ihr da hineingesteckt habt!“

Franziska Deller, Mitarbeiterin im Verlag Barbara Budrich <https://budrich.de/>

Coachings: turnusmäßige Erfolgskontrolle direkt nach Ende des Coachings sowie nach drei Monaten

o **Workshops und Mentoringprogramme**

Diese Programme bilden immer einen Mix aus der Vermittlung von pragmatischen Techniken mit Arbeit an der Persönlichkeit und Teamkultur; sie gleichen einer Forschungsreise im geschützten Rahmen. Ziele: Stärkung individueller Talente und Fähigkeiten, Aufbau von Vertrauen ins Selbst & die anderen, Erprobung von Tools, Selbstwirksamkeit und Freude bei der Arbeit.

Wirkungsnachweis: turnusmäßige Umsetzungskontrolle

Beispielrückmeldung einer Teilnehmerin

„Die Methoden, die wir im Tagesworkshop gelernt haben, haben uns sehr gut in der Orientierung geholfen und die Erkenntnisse haben wir direkt einfließen lassen in unsere Suche nach neuen Kandidat:innen. Die Mitarbeiter haben sich auch sehr gut aufgehoben gefühlt im Workshop. Sehr ergiebig! Danke!“

Lisa Vanovich, Vanovi Design <https://www.vanovi.design/>

o **Mediationen und Konfliktmoderationen für Teams & Gruppen; Mediations-Weiterbildungsangebote**

Sinn und Zweck einer Mediation ist eine Win-Win-Konfliktlösung durch konstruktive Kommunikation. Dabei sollen die Konfliktpartner die inhaltliche Verantwortung behalten, die Mediatorin verantwortet die konstruktive Gestaltung des Lösungsfindungsprozesses. Wesentliche Ziele einer Mediation sind die allseits getragene Lösung des konkreten Konflikts und eine allgemeine Verbesserung des Konfliktlösungsverhaltens auch in Zukunft.

Christine Ehlers mediierte im Berichtszeitraum mehrere Non-Profit-Organisationen mit gemeinwohlorientierten Zielen (Menschenrechte, Nachhaltigkeit, GWÖ, Bildung & Teilhabe), Kleinstunternehmen im Bereich „New Work“ und Nachbarschaftskonflikte.

Wirkungsnachweis: turnusmäßige Nachfrage nach drei Monaten

Beispielrückmeldung einer Mediandin

„Christine Ehlers hat mir in ihrer Rolle als Mediatorin enorm weitergeholfen. Sie hat sehr empathisch, analytisch und anschlussfähig mit uns gearbeitet und so in kürzester Zeit einen verfahrenen Konflikt mit uns gelöst. Ich hätte nicht gedacht, dass die Beziehung zwischen mir und meiner Konfliktpartnerin so schnell wieder so gut werden würde. Vielen Dank nochmal!“

Als Mediatorin bin ich zur Vertraulichkeit verpflichtet. Daher hier ohne Namen.

KENNZAHLEN TeamKULTUR

Erfüllte Bedürfnisse			
deckt Grundbedürfnisse		Alle neun	100%
1 – gut leben	6 – Erholung		
2 – Schutz/Sicherheit	7- kreatives Schaffen		
3 - Zuneigung	8 – Identität/ Sinn		
4 – Empathie	9. Freiheit/Autonomie		
5 – Teilhabe			
Statussymbol / Luxus			0%
Dient der Entwicklung ...			
...der Menschen			90%
... der Erde/Biosphäre			0%
... von Lösungen zur Erreichung gesellschaftlicher / ökologischer Ziele der UN (SDG)		SDG 3, 4, 5, 8, 10, 11, 16, 17	10%
Nutzender Dienstleistungen			
Mehrfachnutzen			190%
einfacher Nutzen			0%
hemmender Nutzen			0
Pseudonutzen			0%

Text/Lektorat– Anteil am Gesamtumsatz: 14% (2021) | 4% (2022)

Christine Ehlers entwickelte für mehrere Kleinunternehmen, die handwerkliche Leistungen für Wohnungen und Häuser anbieten, Webseitexte; z.T. inkl. Konzept. Ziel: Sicherung und Ausbau ihrer wirtschaftlichen Existenz durch einen ansprechenden Webauftritt.

KENNZAHLEN Text//Lektorat

Erfüllte Bedürfnisse			
deckt Grundbedürfnisse		1, 7, 9	100%
1 – gut leben	6 – Erholung		
2 – Schutz/Sicherheit	7- kreatives Schaffen		
3 - Zuneigung	8 – Identität/ Sinn		
4 – Empathie	9. Freiheit/Autonomie		
5 – Teilhabe			
Statussymbol / Luxus			0%
Dient der Entwicklung ...			
...der Menschen			0%
... der Erde/Biosphäre			0%
... von Lösungen zur Erreichung gesellschaftlicher / ökologischer Ziele der UN (SDG)		SDG 3, 4, 5, 8, 10, 11, 16, 17	0%
Nutzender Dienstleistungen			
Mehrfachnutzen			100%
einfacher Nutzen			0%
hemmender Nutzen			0
Pseudonutzen			0%

Strukturelle Risiken unserer Leistungen und Gegenmaßnahmen

In Statusfragen geht es einerseits um den gesellschaftlichen Status und andererseits Status als Modell, z.B. Tief- oder Hochstatus in der Kommunikation.

Der Hoch-/Tiefstatus ist gerade in Beratungs- und Konfliktmoderationssituationen Thema. Es kommt immer wieder zu Erwartungen bei Auftraggeber:innen, die Berater:innen mögen die inhaltliche Lösung bereitstellen. Dies nähme jedoch die/den Coachee, Mediant:innen oder Beratungsempfänger:in aus der Selbstverantwortung und wäre eine Projektion der Beraterin-Persönlichkeit auf die Auftraggeber:in. Wir steuern solchen möglichen und auftretenden Schief lagen methodisch gegen; unterstützt von regelmäßigen Supervisionen und Weiterbildungen.

VERBESSERUNGSPOTENZIALE/ZIELE:

Wir haben zuletzt erlebt, dass verschiedene globale Krisen (Energiekrise, Inflation) zu Finanzierungsstopps in gemeinwohl- und (team-)kulturorientierten Vorhaben führt.

Um Projekte der kulturellen Stadtteilentwicklung fortführen zu können beabsichtigen wir, alternative Finanzierungsquellen aufzutun. Für Angebote an städtische Kulturbildungsorganisationen wollen wir nach Möglichkeiten suchen, unsere Angebote so zu modifizieren, dass die finanziellen Rahmenbedingungen auf Anbieter- und Auftraggeberseite gleichermaßen bedient werden können.

E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

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

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten

Werterleben. produziert oder verkauft keine der aufgelisteten menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen.

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

Selbsteinschätzung: 6 Punkte von 10

Das Unternehmen zahlt Steuern; es werden umfangreiche, freiwillige Leistungen in Kernkompetenzbereichen dauerhaft erbracht; es existieren Wirkungsnachweise.

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?

Christine Ehlers – **wernerleben.** zahlt als Einzelunternehmen Einkommens- und Umsatzsteuer.

An Unterstützungen hat Christine Ehlers – **wernerleben.** in beiden Jahren jeweils eine Neustarthilfe in Anspruch genommen: 7.500,- € im Jahr 2021, gerundet 4.215 € für Q1 2022.

KENNZAHLEN

	2021	2022 (vorläufig)
Gesamtumsatz in Prozent	100	100
effektiv bezahlte Ertragssteuern	12 % des Umsatzes	7% des Umsatzes
Sozialversicherungsbeiträge (Krankenkasse, private Altersvorsorge)	13% des Umsatzes	8% des Umsatzes
Bezogene Subvention „Neustarthilfe“	32 % des Umsatzes	9 % des Umsatzes
Relative Netto-Abgabenquote	0%	6%

Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet? Worin besteht der Eigennutzen an diesen Aktivitäten? Und welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens?

Mediation

- Christine Ehlers ist Mitglied in der Arbeitsgruppe Diversity & Mediation im MediationsZentrum Berlin Schöneberg, die sich 6x/Jahr für ca. 2 Stunden trifft und hatte dort die Position der Sprecherin bis Mai 2022 inne. Die AG verfolgt das Ziel, eigene Tools für Mediation und Diversity zu entwickeln und die Umsetzung stetig zu verfeinern.

Wirkungsmessung:

- Die AG veröffentlicht die behandelten Themen auf der Website <https://www.mediationszentrum-berlin.de/diversity/>
- im Berichtszeitraum haben mit Verweis auf die Website insgesamt 12 Personen ihr Interesse an einer Mitarbeit bekundet; ca. die Hälfte ist nach wie vor aktiv.
- Ein bekannter Internetzahlungsdienstleister hat mit dem MediationsZentrum einen Rahmenvertrag für Mediationen im Diversity Kontext geschlossen.
- Ein vereinsinternes Weiterbildungsangebot der AG ist von acht Mediator:innen wahrgenommen worden.

- Als Mitglied des MediationsZentrums mediierte Christine Ehlers vereinzelt private Konflikte gegen eine sozialverträgliche, einkommensabhängige Gebühr, die der Verein vereinnahmt; die Mediatori:innen erhalten eine symbolische kleine Pauschale.
Wirkungsnachweise: turnusmäßige Abfrage der Nachhaltigkeit der Mediation

Beispielrückmeldung eines Medianden

„Frau XXX und ich haben eine Kommunikationsform gefunden, die dauerhaft Stabilität garantiert für unsere Beziehung als Eltern. Und sicherlich gibt es in Details noch immer Verbesserungsmöglichkeiten. Aber ein Weg ist gefunden. Es funktioniert per E-Mail. Ich bin damit vollkommen zufrieden.

Das war für mich eine der Hauptleistung der Mediation, den Weg einer angemessenen Form der Kommunikation im Sinne des Kindes herauszuarbeiten. Außerdem hat mich die Idee gewaltfreier Kommunikation sehr positiv beeinflusst.“

Als Mediatorin bin ich zur Vertraulichkeit verpflichtet. Daher hier ohne Namen.

Journalismus und Kunst

- Die Inhaberin spendet monatlich an CORRECTIV – Recherchen für die Gesellschaft gGmbH sowie an den Guardian.
- Sie unterstützte vereinzelt Schriftsteller:innen und Künstler:innen aus dem Ausland ehrenamtlich bei der Beantragung der Soforthilfe inkl. Einrichtung des ELSTER-Kontos. Mindestens einem Künstler konnte sie dadurch in einer existenziellen Notlage nachhaltig helfen; er erhielt die Neustarthilfen.
- Im Bedarfsfall unterstützt sie verschiedene Interessenvertretungen von Künstler:innen unentgeltlich mit Recherchen, Textlektorat und in Gesprächen.

Unternehmer:innen

- Anfang 2021 beriet **w**erterleben. einen gemeinwohlorientierten und infolge der Pandemie in wirtschaftliche Schwierigkeiten geratenen Grafiker bei der unternehmerischen Neupositionierung im Beratungsprogramm *Kultur hilft Wirtschaft*. Im Gegenzug stand er uns als Testimonial zur Verfügung.

Das Reflecting Team riet ihm, sich nicht ausschließlich aus Grafiker zu verstehen, sondern sein Hobby „Wildkräuter-Lehrwanderungen“ in sein berufliches Portfolio zu integrieren und seine Positionierung als gemeinwohl- und ökologisch nachhaltig orientiert sichtbar zu machen.

Wirkungsnachweis: turnusmäßige Erfolgskontrollen in Form schriftlicher Nachfrage. Auskunft: Er nutzte den Audiomitschnitt der Session als Leitfaden für die Neugestaltung seiner Website. Später zog er mit seiner Frau in die Schweiz um und begann, als

Lehrbeauftragter für Kräuterheilkunde zu arbeiten. Seiner Aussage nach hat die Beratung den Boden für diesen Schritt bereitet.

„Ich unterrichte jetzt einen Tag pro Woche Physiotherapie an einer Heilpraktikerschule in Luzern und ab November dann noch einen zweiten Tag an einer anderen Schule in Bern. Daneben schreibe ich monatlich einen Artikel für ein Gesundheitsmagazin.“

Yves Scherer im Oktober 2022 <https://www.yves-scherer.com/>

- Im Jahr 2021 half Christine Ehlers den Inhaber:innen einer Pension mit Fasten- und Yoga-Angeboten im Harz gegen Logis bei Renovierarbeiten am Haus und unterstützte sie im Mai 2021 mit inhaltlichen Tipps, einem qualifizierten Lektorat sowie einem Korrektorat der Texte für ein neues Angebot: Online-Fastenkurse.

Wirkungsnachweis:

„Liebe(r) Christine,

Wir hoffen, es geht Dir gut! Heute haben wir nur eine kurze Frage - wer möchte gerade fasten und kommt nicht von zu Hause weg?! Unser neues Onlinefastenpaket ist so gut wie fertig und die ersten drei Interessierten, die sich bei mir melden, können ganz umsonst teilnehmen und dabei testen!“

Beginn des Newsletters der Villa Viriditass vom 1. April 2022

- Im Jahr 2022 war Christine Ehlers ehrenamtlich Schatzmeisterin einer Unternehmergruppe (Chapter) im Unternehmernetzwerk BNI, Region Berlin-Brandenburg. Sie förderte das Empfehlungsmarketing für die Unternehmer:innen durch Organisation und Durchführung der monatlichen Treffen sowie planerische, konzeptionelle und finanzielle Aufgaben. Wirkungsnachweise: Zu jedem Treffen hatten alle Anwesenden einen Sitzplatz, die Anzahl der verzehrten Frühstücke wurde firstgerecht und zutreffend mit der Eventlocation abgerechnet; die Hauptpräsentationen und Trainingsbeiträge der Mitglieder wurden alle termingerecht vereinbart, vorbereitet und vorgetragen; die Besucher fühlten sich wohl, mehrere haben sich der Gruppe dauerhaft angeschlossen.

BERICHT DES MITGLIEDERKOORDINATORS

	seit Januar 2022
1-2-1 - Gespräche	2.326
Besucher	78
Empfehlungen	1.347
Umsatz	1.887.111,00 €

Auszug aus der Gesamtpräsentation vom 21. Oktober 2022

Bündnispartner:innen

- Alle Bündnispartner:innen bei **w**erterleben. sind in unterschiedlichen Bereichen ehrenamtlich engagiert, z.B. Pflegeeltern, Kulturpolitik, Vorbildunternehmerin, Kultur & Klima, Greenpeace.

Geflüchtete:

In der Bürogemeinschaft haben wir 2022 die Umlage für Drucker, Kaffee und Milch sowie freiwillige zusätzliche Beträge an *Moabit hilft* für die Geflüchteten gespendet.

KENNZAHLEN

Geldwerte, freiwillige Leistungen im Berichtszeitraum	Absolute Zahlen	prozentual
Ehrenamtliche Arbeit	724 Stunden	23%
Spenden	252,-€	0,4%

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

Weder Christine Ehlers noch die Bündnispartner:innen von **w**erterleben. übernehmen Aufträge in Schwarzarbeit noch beauftragen sie Arbeiten an der Steuer vorbei. Bei Tätigkeiten im Rahmen der politischen Interessenvertretungen werden Compliance-Vorschriften strikt eingehalten.

Lobbying-Aktivitäten, die Menschen- und Persönlichkeitsrechte, Demokratie, Frieden, Kultur und/oder Klima nachhaltig gefährden, treten Akteur:innen von **w**erterleben. argumentativ und öffentlichkeitswirksam entgegen. Dazu zählen Petitionen, Stellungnahmen, Diskussionen in (sozialen) Medien und auf Konferenzen, Teilnahme an Demonstrationen.

VERBESSERUNGSPOTENZIALE/ZIELE:

Die ehrenamtlichen Aktivitäten haben im Berichtszeitraum eine Größenordnung erreicht, welche die wirtschaftliche und gesundheitliche Nachhaltigkeit von Christine Ehlers – **w**erterleben. bedrohten. Für die Zukunft ist geplant, dass die ehrenamtliche Arbeitszeit 10% von der statistischen Jahresarbeitszeit nicht überschreitet.

Christine Ehlers – **w**erterleben. wird sich als Coach für den Kreativbereich beim IBB Business Team für das Programm „Coaching-Bonus“ für Kleinunternehmen und Soloselbstständige der Kreativwirtschaft bewerben, um diese Gruppen bei Liquiditätsengpässen gegen subventioniertes Honorar unterstützen zu können.

E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung

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?

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Wir betreiben keinerlei Praktiken zur illegitimen Steuervermeidung oder zur Korruption. Keiner von uns lobbyiert für Waffen, Suchtmittel oder andere, die Erde und die Menschen gefährdenden Produkte oder Praktiken. Wir setzen uns hingegen für ein starkes Urheberrecht ein, da Kulturtätige daraus ihr Einkommen generieren sowie für kultur- und umweltpolitische Ziele und kommunizieren dies auch öffentlich.

Gegen unbewusste Steuervermeidung lässt Christine Ehlers – **werterleben.** Jahresberichte und Steuererklärungen von einem Steuerberater erstellen.

E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es selbst keine korruptionsfördernden Praktiken betreibt und dass sämtliche Lobbying-Aktivitäten offengelegt wurden?

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Siehe oben

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Selbsteinschätzung: 2 Punkte von 10

Das Unternehmen erhebt Kennzahlen zu den wesentlichen Umweltkonten und verfügt über Optimierungsstrategien.

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

Christine Ehlers – **werterleben.** arbeitet vom Homeoffice und in den Räumlichkeiten einer Bürogemeinschaft. Im Jahr 2021 war sie Mitglied der Bürogemeinschaft *Mietergemeinschaft Belziger Straße 25*, seit Dezember 2021 sitzt sie in der Bürogemeinschaft *ALTMOABIT19 (AM19)*. Die Hälfte ihrer Arbeitszeit verbringt Christine Ehlers üblicherweise in den Büroräumen, ca. $\frac{1}{4}$ in der Wohnung und ca. $\frac{1}{4}$ in anderen Räumlichkeiten (z.B. bei Workshops).

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

Siehe Kennzahlen

Wie werden Umweltdaten veröffentlicht?

Die Daten werden mit dieser Bilanz erstmalig auf der Website veröffentlicht.

Im Geschäftsbetrieb achtet Christine Ehlers durch folgende Maßnahmen auf die Reduktion der ökologischen Auswirkungen:

- Vermehrte Nutzung der Suchmaschine Ecosia
- Hosting von Webauftritt und Unternehmensmail bei Hetzner, ausgezeichnet mit dem GreenIT Best Practice Award 2011; bezieht Strom aus Wasserkraft von der Energiedienst AG.
- Wechsel zum Dezember 2021 von einer wohnortfernen Bürogemeinschaft zu einer wohnortnahen, sodass keine Öffis mehr genutzt werden müssen.
- Kooperationsbesprechungen überwiegend remote, sodass Anfahrtswege wegfallen
- Nutzung von Umschlägen erhaltener Briefe sowie einseitig bedruckten DIN A4-Seiten als Notiz- und Kladdezettel, dadurch Reduktion von Papierverbrauch.
- Umweltfreundliche Druckerfarbe und Umpapier in ALTMOABIT19.
- Nutzung von selbstklebenden Recycling-Flipchart-Blöcken.
- Ausschließlich LED-Leuchtmittel in Wohnung und der AM19 seit 2018.
- 2022: Anstrich des als Homeoffice genutzten Raums in der Privatwohnung mit ClimateCoating – einer Wandfarbe mit dämmenden Eigenschaften auf physikalischer Basis; dadurch Reduzierung der Höchsttemperatur auf 18,5 Grad Celsius, nachts auf 9,5 Grad Celsius ohne frieren möglich.
- Strombezug in Wohnung und der AM19 von EWS Schönau.
- Gasbezug in der Mietwohnung unbekannt | in der AM19 über die Bürgerwerke Berlin mit 10% Biogas-Anteil.

KENNZAHLEN

Berechnungsgrundlagen 2021

Christine Ehlers war infolge des Lockdowns und des Midijobs 2021 nur selten in der Bürogemeinschaft Belziger Straße und ab Dezember in der AM19. Daher wurden die vorliegenden Verbrauchsdaten aus der Belziger Straße rechnerisch auf 2 Monate reduziert und anteilig für eine Person von insgesamt 24 Büronutzer:innen. Die folgende Kalkulation beruht auf

1. Anteiligen Verbrauchsdaten der Belziger Straße zzgl.
2. der Verbrauchsdaten des Raums in der Privatwohnung, in dem sich (auch) der Homeoffice-Arbeitsplatz befindet zu 1/3 des Jahresverbrauchs.
3. anteilig für 1 Monat die Verbrauchsdaten aus der AM 19.
- 4.

Die Bürogemeinschaft Belziger Straße heizt mit konventionellem Erdgas und bezieht Strommix. Geheizt wird in Christine Ehlers Wohnung ebenfalls mit konventionellem Erdgas; Strom bezieht sie von den Elektrizitätswerken Schönau (Ökostrom). Die AM19 bezieht zum Heizen ein Erdgas-Gemisch mit 10 Prozent Biogas und Ökostrom.

Umweltkonten 2021 –	Erhebung	In KG CO ²
Ausstoß klimawirksamer Gase in kg		524
ÖPVN – BVG (geschätzt)	1200 km	60
Stromverbrauch (und dessen CO ₂ Äquivalent)	1096 kWh	40
Gasverbrauch (und dessen CO ₂ Äquivalent)	5258 kWh	151
Verbrauch von Trinkwasser	4 m ³	0
Papierverbrauch	2500 Blatt	11,12
Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien	1 kg	1
Kunstlichteinsatz in Lumen, kWh:	4 kWh	0

ÖPVN in CO₂: <https://www.umweltmobilcheck.de/>

Strom und Gas: <https://uba.co2-rechner.de/>

Trinkwasser in CO₂: <https://atiptap.org/studie-vergleicht-co2-fussabdruck-von-flaschen-und-leitungswasser/>

Papier in CO₂: <https://www.papiernetz.de/informationen/nachhaltigkeitsrechner/>

: in der Belziger Straße war ich in den Wintermonaten nicht. Daher habe ich auch kein Licht angemacht. In den anderen Räumlichkeiten beziehen wir Ökostrom.

In der Bürogemeinschaft Alt-Moabit 19 teilen wir uns die Räume mit 16 Personen; die ausgewiesenen Mengen sind auf eine Person (Christine Ehlers) bezogen. Berechnungsgrundlagen: 50% Arbeitszeit in der AM19, 25% Homeoffice, 25% andere Räume (nicht berechenbar)

Umweltkonten 2022	Erhebung	In KG CO ²
Ausstoß klimawirksamer Gase in k		74
ÖPVN – BVG (geschätzt)	300	15
Autofahren Benziner (Taxi – geschätzt)	37,5 km	5,52
Stromverbrauch (und dessen CO ₂ Äquivalent)	133 kWh	0
Gasverbrauch (und dessen CO ₂ Äquivalent)	177 kWh	40
Verbrauch von Trinkwasser	4 m ³	0
Papierverbrauch	3000	12,6
Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien	1 kg	1
Kunstlichteinsatz in Lumen, kWh	3 kWh	0

VERBESSERUNGSPOTENZIALE/ZIELE:

Die Inhaberin will den Papierverbrauch reduzieren und zu 100% auf recyceltes Papier umsteigen.

Es ist eine Datenbereinigung in der Cloud geplant, um den für die Datenspeicherung benötigten Energieverbrauch im Rechenzentrum zu senken.

Zur Konzeption arbeitet die Inhaberin am effektivsten mit bunten Post-Ist; hier soll nach Wegen gesucht werden, den Verbrauch zu reduzieren und trotzdem das analoge Arbeiten beibehalten zu können.

E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

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

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Wir verstoßen nicht gegen Umweltauflagen und belasten die Umwelt auch nicht unangemessen.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Entfällt, da dies der erste Bericht ist.

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Selbsteinschätzung: 4 Punkte von 10

Während das Unternehmen diesen Gemeinwohlbericht erstellte, berichtete sie in ihrem privaten und beruflichen Umfeld von Sinn und Zweck sowie Inhalten dieser Arbeit, diskutierte Potenziale und erzeugte so Transparenz; aktive Ansprache von Menschen, die ihre Expertise in die Bearbeitung von Aufträgen und Projekten einbringen können: mediatives Vorgehen in der Zusammenarbeit – auch mit den Auftraggeber:innen und Klient:innen; umfassende und leicht zugängliche Auftrags-/Projektdokumentation für alle direkt Beteiligten.

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)?

Christine Ehlers – **w**erterleben. informiert über die Website über Werte, Ziele, Arbeitsweise und Tätigkeitsfelder.

Coachings, Workshops, Trainings und Mentorings werden entlang der Zielsetzungen und im Dialog mit den Kund:innen und Klient:innen gestaltet. Mehr Details stehen im Segment D4.

Als ehrenamtliche Sprecherin der AG Diversity & Mediation hat Christine Ehlers im Webauftritt des MediationsZentrums eine nicht im Menü sichtbare Unterseite für die AG erstellt mit allen Terminen, Protokollen, Handreichungen, Präsentationen, Arbeitshilfen usw., die wir in den Sitzungen erarbeitet haben. So konnten sowohl die Mitglieder der AG als auch die Mitglieder des Vereins auf die Inhalte barrierearm zugreifen.

Veröffentlichung eines Gemeinwohlberichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung

Zuvor noch nicht erfolgt.

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

Nachbarn der AM19 können postalisch und persönlich mit uns in Kontakt treten; die Vermieterin nutzt üblicherweise die Kommunikation über Aushänge.

Die Unternehmensinhaberin hat ihre Kontaktdaten leicht auffindbar auf der Website veröffentlicht. Daneben können Internetnutzer:innen auf dem Proven Expert Profil Bewertungen hinterlassen, die unverändert zugänglich gemacht werden. Weitere Kontaktmöglichkeiten bestehen bei LinkedIn und Xing sowie auf der Website des BNI-Chapters Luchs.

Seit 2019 nimmt die Inhaberin jährlich am Kongress SINN | MACHT | GEWINN teil und tauscht sich dort mit anderen Unternehmer:innen zum nachhaltigen Wirtschaften aus; seit Gründung der SINN | MACHT | GEWINN Community ist sie dort Mitglied.

Zu kulturell-künstlerischen Themen in Verbindung mit Nachhaltigkeit tauschte sich Christine Ehlers im Berichtszeitraum z.B. auf einem Plenum der Koalition der freien Szene und im Rahmen einer Praxiswerkstatt zur kulturellen Transformation von Nachbarschaften aus.

Daneben diskutierte sie in der Landeszentrale für politische Bildung über aufsuchende politische Bildung im Quartier.

Zum Abbau struktureller Diskriminierungen lud Christine Ehlers Referent:innen in die AG Diversity & Mediation ein; ehrenamtlich Medierte werden nach Mediationsende standardisiert um Feedback gebeten. Sie lädt Mediand:innen auch stets zur Bewertung über Proven Expert ein. Eine Dokumentation der Fälle erfolgt standesgemäß sorgfältig anonymisiert.

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

Einen standardisierten Prozess gegenüber der Zivilgesellschaft gibt es in diesem Unternehmen nicht; von Auftraggeber:innen werden Rückmeldungen und Verbesserungswünsche aktiv angefragt über standardisierte Fragenkataloge (online).

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

Nicht zutreffend bei dieser Unternehmensgröße.

VERBESSERUNGSPOTENZIALE/ZIELE:

Die Gemeinwohlbilanz soll auf der eigenen Website veröffentlicht werden und so zu mehr Transparenz beitragen.

Ab 2023 ist ein Newsletter geplant, der über Termine informiert, Methodentipps an die Hand gibt und auf interessante Veranstaltungen in den Themenbereichen von **wernerleben.** hinweisen soll.

E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

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

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Wir verbreiten keine falschen Informationen über **wernerleben.** oder gesellschaftliche Phänomene; wenn wir Falschinformationen lesen, klären wir die für uns erreichbare Öffentlichkeit aktiv auf.

Ausblick

Kurzfristige Ziele

Welche kurzfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 1-2 Jahre)?

Die kurzfristigen Ziele richten sich auf die interne Weiterentwicklung des Unternehmens entlang der GWÖ-Kriterien:

- die eigenen Geschäftsprozesse aus Perspektive der GWÖ genauer erfassen, um pragmatische Wege zum Messen der Wirkung auf das Gemeinwohl (weiter) zu entwickeln. Das Ziel ist erreicht, wenn der kommende GWÖ-Bericht in der Hälfte der Zeit erstellt werden kann, die es dieses Mal gebraucht hat.
- Virtuelle Assistenzen finden, um Aufgaben abgeben zu können. Bewertungskriterien aus Berichtsteil C liefern die Leitplanken dazu wie die Arbeitsverhältnisse ausgestaltet werden.

Beim Ausbau der Geschäftsfelder legt die Inhaberin einen Schwerpunkt auf den Bereich BeratungskUNST. In diesem Tätigkeitsfeld will sie mit Auftraggeber:innen gemeinsam Strategien und konkrete Angebote entwickeln, mit denen die Gemeinwohlorientierung bei den Anspruchsgruppen leicht und attraktiv erhöht oder sichtbar gemacht werden kann.

Langfristige Ziele

Welche langfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 3-5 Jahre)?

Langfristig will Christine Ehlers das Label **werterleben.** noch deutlicher auf Gemeinwohlökonomie ausrichten. Das Unternehmen soll sukzessive wachsen, auch durch Mitarbeiter:innen, sodass die Inhaberin sich aus dem operativen Geschäft stärker zurückziehen kann. Kulturelle, ökonomische, ökologische und soziale Nachhaltigkeit sollen in der DNA des Unternehmens so verankert sein, dass das Unternehmen die Auftraggeber:innen, Partner:innen und die gesamte Lieferkette positiv im Sinne der GWÖ beeinflusst.

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

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

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

Christine Ehlers – **w**erterleben. den GWÖ-Berichtsstandard für die Erfüllung der non-financial-reporting-Vorgaben, weil der GWÖ-Berichtsstandard universell, messbar, vergleichbar, allgemeinverständlich, öffentlich und extern auditiert ist.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Wer war bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz/ dem GWÖ-Bericht im Unternehmen involviert? Welche Stakeholder waren involviert? (Name, Position/ Verbindung zum Unternehmen)

Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

Christine Ehlers hat den Bericht allein erstellt und ihren Kooperationspartner:innen regelmäßig in Gesprächen davon berichtet. Für die Teilnahme an 6 Peergruppen-Audits fielen etwa 25 Stunden an. Für die sukzessive Erstellung der Berichtsinhalte inklusive Recherchen hat sie insgesamt knapp 100 Stunden aufgewendet.

Die involvierten Stakeholder waren

Auditor: Thomas Uloth

Hospitierende GWÖ-Beraterin und Auditorin unserer Teil-Peergroup: Femke Grabbert

Peer-Auditor:innen: Stephanie Riestig-Bresser, Marina Diane, Andreas Koch und zu Beginn Karsten Flöter; er wechselte zu der zweiten Teilgruppe nach dem 2. Peer Audit. Ich bedanke mich aufrichtig bei allen. Der gemeinsame Prozess hat mir viele wichtige Impulse gegeben und mein Verständnis von der Gemeinwohlökonomie sowie ihrer Umsetzung im Unternehmensalltag erheblich vertieft. Die Gruppe hat auch durch die Phase getragen, in der ich den Bericht aus den Augen zu verlieren drohte.



Datum: 27. Juni 2023