

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Hanna Perrin, Beraterin und Macherin für nachhaltige Unternehmen

Branche: Unternehmensberatung | Firmensitz: Königstraße 43, 53115 Bonn

Kontakt: mail@hanna-perrin.de, <https://hanna-perrin.de>

Anzahl Mitarbeitende: 1 Umsatz (€): keine Angabe

Kurzpräsentation des Unternehmens

Meine Vision ist es, in einer Gesellschaft zu leben, die sich um unsere Mitmenschen und um unseren Planeten kümmert. Ich träume von einer Wirtschaft, die dem Gemeinwohl dient und Profit als Mittel zum Zweck erkannt hat. Hier wirtschaften Unternehmen, die innerhalb der planetaren Grenzen einen positiven Beitrag für Menschen und Planeten leisten und damit langfristig erfolgreich sind. Diese Unternehmen stellen den Menschen und die Natur in den Vordergrund und verstehen sich als lebendige Systeme, in denen Jede/r Verantwortung für den nachhaltigen Unternehmenszweck übernimmt. Die Arbeitsweise ist geprägt von Selbstorganisation, Vertrauen, Co-Kreation und Kooperation, auch mit externen Stakeholdern. Diese Unternehmen sind adaptierfähig und haben Mitarbeitende, die sich mit all ihren Ideen, Stärken und Bedürfnissen einbringen können.

Als **selbstständige Beraterin und Macherin** arbeite ich auf meine Vision hin, indem ich Unternehmen und Teams dabei begleite, nachhaltig zu wirtschaften und dadurch zukunftsfähig zu sein. Oft beginnt dies bei der Überprüfung, inwieweit der Unternehmenszweck dem Gemeinwohl dient (**das Warum**) und soziale, ökologische und ökonomische Aspekte in Einklang bringt (**das Wie**). Es umfasst die Entwicklung und Umsetzung von (nicht-finanziellen) Zielen sowie konkreten Maßnahmen und Projekten, die auf den nachhaltigen Unternehmenszweck einzahlen (**das Was**). Ich unterstütze Teams und Führungskräfte bei ihrer Entwicklung und beim Experimentieren mit Arbeitsweisen hin zu mehr Selbstorganisation und Co-Kreation. Da wir unsere enormen Herausforderungen nur gemeinsam lösen können, arbeite ich mit gleichgesinnten **Kooperationspartner: innen** zusammen. Ich bringe Struktur und helfe beim Experimentieren mit Methoden & Tools. Mein Motto ist: **Machen, reflektieren, besser machen!**

Was ich anbiete:

- ❖ **Prozessbegleitung während der Transformation:** Überprüfung des nachhaltigen Unternehmenszwecks sowie Definition und Umsetzung von Maßnahmen zur Verankerung von Nachhaltigkeit in der gesamten Organisation
- ❖ **Teamentwicklung und -befähigung:** Purpose, Potenziale, Rollen, Zusammenarbeit, Co-Kreation, Kommunikation, innere Welten im Kontext der *Inner Development Goals*
- ❖ **Trainings & Impulse** zu *wirklich* nachhaltigem Wirtschaften, responsive Teams und Organisationen, Vertrauen im Team, Mindset & Kulturwandel
- ❖ **Workshop-Moderation** für (Projekt-)Teams und Führungskräfte
- ❖ **Systemisches Coaching für Führungskräfte und Teammitglieder**
- ❖ **Interim- und Projektmanagement**

Meinen Umsatz generiere ich ausschließlich über meine beratenden Dienstleistungen im Projektgeschäft. Meine auftraggebenden Kund:innen sind Geschäftsführer:innen und Führungskräfte von privat-wirtschaftlichen oder kommunalen mittelständischen Unternehmen verschiedenster Branchen sowie öffentliche Verwaltungen, die nachhaltig wirtschaften wollen. Neben derartigen Direktbeauftragungen arbeite ich mit gleichgesinnten **Kooperationspartner:innen** zusammen, über die ich beauftragt werde. Mein Fokus liegt bewusst auf kleinen und mittelständischen Unternehmen, da diese einen systemisch wichtigen Hebel für die Transformation haben sowie häufig von unabhängigen Eigentümerstrukturen und wertorientiertem Handeln geprägt sind.

Das Unternehmen und GWÖ

Mein Unternehmen verschreibt sich dem Kernziel der GWÖ, dass die Wirtschaft dem Gemeinwohl und nicht der Profitmaximierung dient. Die Strategie meines Unternehmens ist auf den Purpose ausgerichtet, Unternehmen zu begleiten, die ein Wirtschaften innerhalb der planetaren Grenzen und für das Gemeinwohl anstreben. Ich bin davon überzeugt, dass wir einen Paradigmenwechsel in unserem Wirtschaftssystem brauchen, in dem Purpose-Maximierung (versus Profitmaximierung), Wachstumsunabhängigkeit (vs. Wachstumszwang), die Natur als Vorbild (vs. die Natur als Ressource) sowie Stakeholder-Value (vs. Shareholder-Value) die Haltung von Unternehmer:innen prägen, auf deren Basis sie ihr unternehmerisches Handeln ausrichten. Mit den zentralen Werten der GWÖ – Menschenwürde, Solidarität und soziale Gerechtigkeit, ökologische Nachhaltigkeit sowie Transparenz und Mitbestimmung – kann ich mich persönlich und unternehmerisch voll identifizieren.

Die Erstellung dieses GWÖ-Fokusberichts erfolgte im Rahmen der Weiterbildung „Fokus-Gemeinwohlbericht“ mit Lisa Buddemeier, GWÖ-Beraterin und Gründerin PantaRhei Integral Consulting von Januar bis April 2023.

Teilnahmebestätigung „Aktives GWÖ-Mitgliedsunternehmen“

Ich bin seit März 2023 mit meinem Unternehmen aktives Mitglied im Gemeinwohl-Ökonomie Deutschland e.V. (Mitgliedsnummer 20230075DE).

A Lieferant*innen

Berichtsfragen

A1 – Menschenwürde in der Zulieferkette

- Was wissen wir über die Einhaltung der Menschenwürde in der Zulieferkette?
- Nach welchen Kriterien werden die Lieferant*innen ausgewählt? (Welche Rolle spielen dabei ethische vs. wirtschaftliche Kriterien?)
- Werden auf Seiten der Lieferant*innen faire Arbeitsbedingungen / Menschenrechte gewahrt?

Ich wähle bewusst und wo immer möglich GWÖ-bilanzierte oder regenerative Unternehmen als Lieferant:innen aus. Dies gibt mir die Sicherheit, dass sich die Unternehmen unter anderem mit Menschenwürde in ihrer Lieferkette auseinandersetzen. Bisher habe ich darüber hinaus nicht explizit nach dem Einhalten von Menschenwürde gefragt. Grundsätzlich spielen ethische Kriterien in meiner Lieferantenauswahl eine höhere Rolle als wirtschaftliche Kriterien und ich bin bereit, mehr dafür zu bezahlen. Bei zukünftigen Wechseln von Lieferant:innen werde ich konsequent(er) auf Menschenwürde achten bzw. nachfragen.

A2 – Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

- Gibt es langfristige Beziehungen mit den Lieferant*innen und würdet ihr diese als fair und solidarisch bezeichnen?
- Welche Maßnahmen ergreift ihr, um Eure Lieferkette positiv zu beeinflussen?

Ich kaufe bewusst nach sozialen Kriterien über Zertifizierungen und Labels wie z.B. Fair Wear, Fair Trade oder GEPA fair+ ein. Bedingt durch meine Situation als Einzel-Unternehmerin mit unregelmäßigem / kleinteiligem Bedarf, pflege ich keine proaktiven Beziehungen mit Lieferant:innen. Ich ergreife (noch) keine Maßnahmen, um die Lieferkette positiv zu beeinflussen. Bei zukünftigen Bestellungen und Inanspruchnahme von Dienstleistungen erkundige ich mich nach Solidarität und Gerechtigkeit in der Zuliefererkette (auch bezüglich Kriterien für die Zulieferer der Zulieferer), falls dies nicht transparent kommuniziert ist.

A3 – Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

- Erfolgt der Einkauf nach ökologischen Kriterien und wenn ja, wie hoch ist der prozentuale Anteil zum gesamten Einkaufsvolumen? (Schätzwert ist ausreichend)
- Werden Umweltauswirkungen in der Lieferkette reduziert?

Ich kaufe bewusst nach ökologischen Kriterien über Zertifizierungen und Labels wie z.B. Cradle-to-Cradle, GOTS, fairbio, Bioland etc. ein. In meiner Lieferkette achte ich sehr auf ökologische Nachhaltigkeit, z.B. über klimaneutrales Web-hosting, ressourcenschonendes Büromaterial, grünen Strom, regenerativen Webbrowser-Anbieter, nachhaltigen Mobilfunkanbieter sowie Verpflegung und Catering über lokale Anbieter, die auf saisonalen und ökologischen Anbau achten. Wo möglich entscheide ich mich für Zustellung per Lastenrad in Mehrwegboxen oder für den Direkteinkauf im Einzelhandel. Meine Entscheidungskette ist: Repair, Reuse, Share/Rent und erst dann Neukauf. Bei der Auswahl von Hotels werde ich zukünftig stärker Nachhaltigkeit vor Preis und Lage bewerten. Bei Veranstaltungen werde ich konsequenter auf Mehrweg bei der Verpflegung achten. Ich werde meine Vermieter um Prüfung bitten, ob die Installation einer Solaranlage auf dem Dach meiner Mietswohnung im Altbau (=Unternehmenssitz) möglich ist und biete eine Beteiligung an den Kosten an. Nicht beeinflussbar ist die Gasheizung meiner Mietswohnung (=Unternehmenssitz).

A4 – Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

- Erhalten die Lieferant*innen relevante Informationen und beziehen sie diese auf Augenhöhe in ihre Entscheidungsprozesse mit ein? (z.B. Lieferantendialog, Ausgestaltung der Zahlungs- und Lieferbedingungen)

Dies ist für mich als Einzel-Unternehmerin in Zukunft relevant, wenn ich mich über Neukauf und/oder neuer Vertragsbeziehung informiere.

Verbesserungspotenziale/ Ziele/ Maßnahmen: Siehe oben in einzelnen Themenfeldern

B Eigentümer*innen & Finanzpartner*innen

Berichtsfragen

B1 – Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

- Wie sind die Versicherungs- und Finanzpartner*innen in Bezug auf ihre ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten? Nach welchen Kriterien habt ihr sie ausgewählt?
- Wird Euer Geschäftskonto bei einer ethischen Bank geführt?
- Hat Deine Krankenversicherung eine ethische Ausrichtung?

Ich habe innerhalb der letzten Jahre zahlreiche Versicherungs- und Finanzpartner:innen gewechselt, hin zu GWÖ-bilanzierten Unternehmen und/oder Unternehmen mit klarer sowie glaubwürdiger nachhaltig-sozial-ökologischer Positionierung. Sowohl meine Geschäftsbanken als auch meine Krankenversicherungen haben eine ethische Ausrichtung. Folgende Wechsel hin zu Versicherungspartnern mit ethischer Ausrichtung stehen noch aus: KfZ-Rechtsschutz und berufliche Vermögensschadens- und Betriebshaftpflichtversicherung. Ich habe vor, eine professionelle Beratung zu gemeinwohl-orientierten Geldanlagen in Anspruch zu nehmen.

B2 – Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

- Ist das Unternehmen finanziell unabhängig und frei? (Verhältnis Eigenkapital-Fremdkapital)
- Werden Eure Gewinne bzw. Finanzüberschüsse prioritär ausgeschüttet/entnommen oder reinvestiert bzw. Rücklagen gebildet?

Mein Einzel-Unternehmen ist finanziell unabhängig und frei. Sämtliche Gewinne werden prioritär zum privaten Lebensunterhalt als Einkommen entnommen bzw. reinvestiert (in Weiterbildungen/Regeneration), zurückgelegt (für Steuern/Ersparnisse) oder fließen als Spenden in gemeinwohlorientierte Initiativen (siehe E, gesellschaftliches Umfeld).

B3 – Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

- Wird oder wurde in ökologische und/oder soziale betriebliche Projekte / Sanierungen investiert?
- Welche sozial-ökologischen Zukunftsinvestitionen planst Du?
- Wie gestaltest Du Deine Altersvorsorge?

Da ich seit meiner Selbstständigkeit keine freiwilligen Beiträge in die Deutsche Rentenversicherung einzahle und meine Altersvorsorge über Ersparnisse sowie gemanagte sozial-ökologische Fonds gestalte, werde ich eine professionelle Beratung zur Altersvorsorge von einer gemeinwohl-orientierten Finanzberatung in Anspruch nehmen. Ich investiere Zeit und Geld in Weiterbildungen sowie Events zum Netzwerken mit Gleichgesinnten, z.B. GWÖ-

Fortbildung, Events der Zukunftsmacher, Konferenz Verantwortungseigentum, Barcamps Nachhaltigkeit in Bonn, Agile Culture Camp, Messe Impact Friends, Webinars zum regenerativen Wirtschaften und zur Kreislaufwirtschaft, Pioneers of Change Summit. Ich plane eine Zukunftsinvestition in einen öffentlich zugänglichen EssbareWildpflanzenpark (Ewilpa®) in Bonn – ein geplantes Herzensprojekt meinerseits; die Projekt-Machbarkeitsanalyse und Stakeholdereinbindung stehen noch aus. Im Sommer 2023 verwende ich finanzielle Rücklagen für eine projektfreie 2-monatige Auszeit zur Betreuung meiner Kinder sowie ihrer Begleitung beim Schul- bzw. Kitawechsel, sowie zur persönlichen Regeneration und Reflektion über meine berufliche Wirksamkeit (siehe Ausblick unten).

B4 – Eigentum und Mitentscheidung

- Wie ist das Eigentum verteilt?
- Bietet das Unternehmen seinen Mitarbeitenden und Kund*innen Möglichkeiten zur Beteiligung an Entscheidungen, Verantwortung und Eigentum?

Ich bin alleinige Eigentümerin und biete Kund*innen noch keine Möglichkeiten zur Beteiligung an Entscheidungen an. Ich werde überprüfen, inwieweit eine Beteiligung von Kund*innen und/oder Kooperationspartner*innen an Entscheidungen für ein gemeinwohlorientiertes Einzel-Unternehmen sinnvoll/machbar ist und welche Erfahrungswerte es diesbezüglich gibt.

Verbesserungspotenziale/ Ziele/ Maßnahmen: Siehe oben in einzelnen Themenfeldern

C Mitarbeitende

Berichtsfragen

C1 - Menschenwürde am Arbeitsplatz

- Wie kann die Unternehmenskultur beschrieben werden – was macht Deine Unternehmenskultur aus und woran machst Du das fest?
- Welche Maßnahmen im Sinne der Gesundheitsförderung, des Arbeitsschutzes und welche Weiterbildungsmöglichkeiten ergreifst Du?

Ich arbeite wertebasiert: Meine Haltung ist geprägt von Vertrauen, Wertschätzung, Offenheit, Unabhängigkeit und der Leidenschaft zu lernen. Sinnorientierung in meiner Arbeit sowie kontinuierliche (Selbst-)Reflektion meines Wirkens sind mir sehr wichtig. Als Beraterin lege ich bei mir selbst sowie bei meinen Kooperationspartner*innen großen Wert auf „walk the talk“, um meine Dienstleistungen erfahrungsbasiert und glaubwürdig anbieten zu können. Ich lehne Aufträge ab, die nicht zu meiner gemeinwohlorientierten Ausrichtung oder zu meinen Werten passen. Ich arbeite 70-80% pro Woche und gestalte meine Arbeitszeiten flexibel, um meinen verschiedenen Rollen gerecht werden zu können. Tägliche Pausen zum Mittagessen und wöchentliche Auszeiten für Regeneration (Yoga, Laufen, Meditation) während des Arbeitsalltags plane ich ein, wobei ich mich konsequenter daran halten und diese mehr priorisieren möchte. Meine Homeoffice-Ausstattung mit höhen-verstellbarem Schreibtisch, ergonomischem Schreibtischstuhl und ausreichend Lichteinfall kann durch einen Desktop oder konsequente Nutzung der Erhöhungsvorrichtung für meinen Laptop verbessert werden.

C2 – Ausgestaltung der Arbeitsverträge

- Erzielst Du durch Deine Arbeit einen regional angepassten Verdienst und bist Du gut abgesichert (KV, Altersvorsorge, UV etc.)?
- Welche Möglichkeiten hast Du, Deine Arbeitszeit selbstorganisiert zu gestalten?

Ich orientiere mich in meinem Verdienst an branchen- bzw. marktüblichen Tarifen und Tagessätzen. Dies bedeutet, dass ich unterschiedliche Verdienste bei unterschiedlichen Kund:innen und Kooperationspartner:innen wie z.B. gemeinnützigen Organisationen, öffentlichen Verwaltungen oder privat-wirtschaftlichem Unternehmen habe. Ich bin finanziell und versicherungstechnisch gut abgesichert, mit Luft nach oben und Beratungsbedarf bezüglich Altersvorsorge und Unfallversicherungen. Meine Arbeitszeiten organisiere ich selbst und habe hier größtmögliche Freiheit bei der kundenorientierten Gestaltung von Abstimmungsterminen, Workshops und Projekten. Grundsätzlich nehme ich Verträge an, die eine Laufzeit von ca. 6 Monaten oder weniger haben, um mir Flexibilität und eine regelmäßige Überprüfung meines Wirkens bewahren zu können.

C3 – Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

- Achtest Du bei Deiner Ernährung auf ökologische Nachhaltigkeit (Bio, regional, saisonal, vegetarisch/vegan)?
- Ist Dein Arbeitsplatz ressourcenschonend eingerichtet und achtest Du auf eine umweltverträgliche Anreise zum Arbeitsplatz (Büro)?
- Nutzt Du Weiterbildungsangebote zu Nachhaltigkeitsthemen?

Ich achte so konsequent wie möglich auf regionale, saisonale und bio-basierte Ernährung beim Einkauf und Verzehr außer Haus. Ich ernähre mich hauptsächlich vegetarisch/vegan mit geringem und bewusstem Verzehr von tierischen Produkten. Caterings bei Workshops beziehe ich bei nachhaltigen Anbietern bzw. gebe dies als Wunsch an meine Kund*innen weiter. In Zukunft werde ich auch beim Catering noch konsequenter auf Mehrwegoptionen achten. Bei der Nutzung und Ausstattung meines Homeoffices achte ich auf Ressourcenschonung inkl. geringem Energieverbrauch. Zu meinen Arbeitsstätten reise ich mit ÖPNV oder dem eigenen E-Auto an und achte auf eine regionale Tätigkeit im Umkreis von ca. 100 km. Ich bilde mich regelmäßig zu Nachhaltigkeit weiter über Teilnahme an Fortbildungen, Webinaren oder durch Lesen (zuletzt: Unlearn Patriarchy, Green Ferry, GWÖ-Geschichten vom Tun und Lassen, der LOOP-Approach, Neue Narrative).

C4 – Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

- Werden Mitarbeitende gut informiert und können mitentscheiden?
- Haben Mitarbeitende bei der Auswahl von Führungskräften mitzuentcheiden?

Nicht relevant für Einzel-Unternehmerin

Verbesserungspotenziale/ Ziele/ Maßnahmen: Siehe oben in einzelnen Themenfeldern

D Kund*innen & Mitunternehmen

D1 – ethische Kund*innenbeziehung

- Wie würdest Du die Kundenbeziehungen beschreiben? (-> Konsument oder Partner)
- Stehen Kundenwünsche und Reklamationen über Gewinnstreben?
- Wie gewinnst Du neue Kund*innen? Wie ehrlich vs. reißerisch ist Deine Werbung?
- Gibt es Angebote für benachteiligte Gruppen (sprachlich, finanziell, körperlich)

Mein Unternehmen ist nicht mit dem Anspruch von Gewinnmaximierung gegründet. Vielmehr sehe ich Gewinne als Mittel zum Zweck, um einen gesellschaftlichen Mehrwert durch meine Arbeit leisten und dabei ein gutes Leben führen zu können. Ich begegne Kund*innen und Kooperationspartner*innen auf Augenhöhe und sehe eine Zusammenarbeit immer als Partnerschaft. Die bedeutet, dass mir eine bedürfnisorientierte, vertrauensbasierte, offene und langfristige Zusammenarbeit am Herzen liegt. Das Geben und Einfordern von wertschätzendem Feedback sind mir sehr wichtig.

Neue Kund*innen generiere ich grundsätzlich über meine Netzwerke. Ich gleiche so weit wie möglich über Auftragsklärungs-Gespräche ab, ob Ansätze und Werthaltungen mit meinen übereinstimmen. Als Beraterin lege ich bei mir selbst sowie bei meinen Kooperationspartner*innen großen Wert auf „walk the talk“, um meine Dienstleistungen erfahrungsbasiert und glaubwürdig anbieten zu können. Ich lehne Aufträge ab, die nicht zu meiner gemeinwohlorientierten Ausrichtung oder meiner Haltung passen.

Werbeinvestition begrenzen sich auf meine Internetpräsenz sowie Posts auf LinkedIn oder über Mails. Dabei setze ich auf offene Kommunikation und klares Erwartungsmanagement.

Bei der Preisgestaltung gehe ich auch auf die Bedürfnisse der Kund*innen und Kooperationspartner*innen ein, was zu einer heterogenen Preisgestaltung führt. Hier möchte ich mit „pay what it's worth“ experimentieren, z.B. bei Impulsvorträgen und Trainings/Webinars. In Zukunft werde ich konsequenter darauf achten, dass ich mich „bezahlt fühle“. Ich werde überprüfen, inwieweit ich pro Bono- Beratung für benachteiligte Gruppen wie z.B. Vereine oder Startups mit begrenzten finanziellen Mitteln anbieten kann.

D2 – Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

- Wie ist der Umgang mit markt beteiligten Unternehmen? (-> Kooperativ oder Konkurrenz?)
- Wird mit markt beteiligten Unternehmen kooperiert z.B. Knowhow und Mitarbeitende bei Bedarf ausgetauscht?
- Pflegst Du innerhalb Deiner Branche den Austausch mit Markt beteiligten zur Verbesserung z.B. von Qualitäts-, Umwelt-, Sozialstandards?

Ich habe einen größeren Wirkungshebel, wenn ich mit markt beteiligten Unternehmen und anderen Berater:innen kooperiere, da die Transformation nur gemeinsam gelingen kann. Meine Kooperationspartner:innen sind Einzelpersonen und Organisationen, die sich für die sozial-ökologische Transformation und das gute Leben einsetzen. Ich tausche mich regelmäßig mit Berater:innen aus, die einen ähnlichen Purpose wie ich verfolgen, u.a. über das Netzwerk der Green Consultants-Community, die ZukunftsMacher, Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production (CSCP), Next Economy Lab (NELA) oder die Regionalgruppe Rheinland der GWÖ. Ich pflege einen Open-Source-Ansatz und tausche Wissen und Know-how zu Tools & Ansätzen aus. Derzeit pflege ich über die Wissensvermittlung und meine Projekte hinaus keinen Austausch zur Verbesserung von Qualitäts-, Umwelt- und Sozialstandards und setze noch keine zeitlichen Ressourcen für Lobbying von politischen Entscheidungsträgern ein.

D3 – Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

- Achtest Du auf eine regionale Ausrichtung Deiner Vor-Ort-Einsätze und eine Umweltverträgliche Anreise zum Kunden?
- Achtet das Unternehmen auf eine lange Lebensdauer und Reparierbarkeit der Produkte und Dienstleistungen und gibt Anreize zur maßvollen Nutzung (Konzept "Nutzen statt Besitzen")?
- Kennst Du die Umweltauswirkungen Deiner Produkte/Dienstleistungen von der Herstellung bis zur Entsorgung (Emissionen, Abfälle, Ressourcenverbrauch)?¹
- Werden Kunden ermutigt, nur das Nötigste zu kaufen?

Bei meinen Projekteinsätzen achte ich auf Regionalität und umweltbewusste Anreise im Umkreis von ca. 100km Entfernung meines Wohnorts. Bei der Anschaffung und Nutzung von Produkten achte ich auf folgende Entscheidungskette, und adressiere dies auch bei Kund*innen und Kooperationspartner:innen, wenn relevant: repair, reuse, share/rent, (nachhaltige Kriterien für) buy. Ich habe die Umweltauswirkungen meiner Dienstleistungen noch nicht berechnet und bislang lediglich qualitativ eingeschätzt.

D4 – Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

- Werden Kund*innen bei der Produktentwicklung mit einbezogen?
- Sind Inhalts-, Gefahrenstoffe und Preisbestandteile für die Kund*innen transparent?

Ich entwickle meine Dienstleistungen im Austausch und gemeinsam mit Kund:innen und Kooperationspartner:innen z.B. im Projekt, in gemeinsamen Aufträgen oder Netzwerkgruppen. Voneinander Lernen und Wissensvermittlung haben einen hohen Stellenwert für mich.

Verbesserungspotenziale/ Ziele/ Maßnahmen: Siehe oben in einzelnen Themenfeldern

E Gesellschaftliches Umfeld

Berichtsfragen

E1 – Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen²

- Welchen gesellschaftlichen Sinn ergeben die Leistungen des Unternehmens?
- Erfüllen die Produkte und Dienstleistungen menschliche Grundbedürfnisse (nach Nef³ – siehe Handbuch S. 65 unten) oder sind es Luxusartikel?
- Welcher Beitrag für die Erreichung der Nachhaltigkeitsziele (SDGs) wird geleistet?

Meine Dienstleistungen zählen auf folgende SDGs ein: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum (SDG 8) – wobei ich auf Wachstum entkoppelt vom Ressourcenverbrauch achte -, Nachhaltige Städte und Gemeinden (SDG 10), Nachhaltiger Konsum und Produktion (SDG 12), Maßnahmen zum Klimaschutz (SDG 13), Partnerschaften (SDG 17).

¹ Übertragen auf den Bereich Training, Coaching, Beratung würde das bedeuten: die Anreise der Teilnehmenden zum Tagungsort, die Umweltauswirkungen durch den Betrieb des Tagungsortes bzw. bei online-Veranstaltungen die verursachten Emissionen durch die Nutzung der Online-Konferenztools.

² Um die Frage nach dem Sinn und der gesellschaftlichen Wirkung der Produkte und Dienstleistungen sinnvoll zu beantworten, sind zwei unterschiedliche Perspektiven zu betrachten. Einerseits geht es um die unmittelbare Wirkung der Produkte und Dienstleistungen auf diejenigen, die sie in Anspruch nehmen (unsere Coachees, Workshop-Teilnehmenden, Mandanten etc.), andererseits geht es aber auch darum, welche Art von Kunden wir unterstützen (e.g.: biete ich Coachings und Teamentwicklungen für die Ärzte ohne Grenzen oder biete ich den gleichen Service für die Rüstungsindustrie?).

³ Folgende neun Bedürfnisse laut M. Max-Neef und M. Rosenberg sind als menschliche Grundbedürfnisse zu verstehen:

1. Lebenserhaltung/Gesundheit/Wohlbefinden; 2. Schutz/Sicherheit; 3. Zuneigung/Liebe; 4. Verstehen/Einfühlung; 5. Teilnehmen/Geborgenheit; 6. Muße/Erholung; 7. kreatives Schaffen; 8. Identität/Sinn; 9. Freiheit/Autonomie

Die Wirkung meiner Dienstleistungen auf Kund:innen, Workshop-/Projektteilnehmende oder Kooperationspartner:innen beinhaltet eine Befähigung für nachhaltiges Wirtschaften, neues Arbeiten, persönliche Resilienz und Verbundenheit sowie Impulse zur Einleitung von systemischen Veränderungen hin zur sozial-ökologischen Transformation. Dies zählt auch indirekt auf die Grundbedürfnisse zur Erhaltung unserer natürlichen Lebensgrundlagen ein. Insbesondere Methoden rund ums neue Arbeiten bedienen Grundbedürfnisse wie Gesundheit, Teilhabe, sinnstiftenden Schaffen und miteinander wirksam werden.

Meine auftraggebenden Kund:innen sind Geschäftsführer:innen oder Führungskräfte von privatwirtschaftlichen und/oder kommunalen mittelständischen Unternehmen und öffentliche Verwaltungen, die nachhaltig wirtschaften wollen. Neben derartigen Direktbeauftragungen arbeite ich als freie Mitarbeiterin am Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production (CSCP) und im Berater:innen-Netzwerk Ideenpool und der Green Consultants Community. Mein Fokus liegt bewusst auf klein- und mittelständischen Unternehmen, da diese einen systemisch wichtigen Hebel für die Transformation haben und häufig von unabhängigen Eigentümerstrukturen sowie einem werteorientierten Handeln geprägt sind.

In Zukunft achte ich konsequent darauf, Aufträge und Kooperationen einzugehen, die das Gemeinwohl und ein Wirtschaften innerhalb der planetaren Grenzen anstreben. Da ich als Beraterin Impulse und Wissen vermittele sowie Prozesse begleite und nicht selbst für die Umsetzung bzw. die Entscheidungen verantwortlich bin, ist eine direkte Messung meiner Wirkung schwierig. Ich werde überprüfen, inwieweit es sinnvoll ist, meinem Unternehmen messbare Ziele zum Wirtschaften innerhalb der planetaren Grenzen zu setzen.

E2 – Beitrag zum Gemeinwesen

- Wendet Ihr Unternehmen Geld, Ressourcen oder konkrete Arbeitsleistung für das freiwillige gesellschaftliche Engagement auf?
- Werden illegitime Steuervermeidungen und Korruption verhindert?

Ich investiere finanzielle Ressourcen in sozial-ökologische Projekte:

- CO₂-Kompensationen unvermeidbarer Reisetätigkeiten über MoorFutures; im Jahr 2020 habe ich alle tCO₂ meiner privaten Flüge der letzten 20 Jahre mit MoorFutures kompensiert.
- Ich bin Fördermitglied bei der Deutschen Umwelthilfe, der Gemeinwohlökonomie und gemeinnützigen Vereinen (Zukunftsmacher und der Kulturliste Düsseldorf e.V).
- Ich engagiere mich ehrenamtlich in zahlreichen Netzwerken, die sich der sozial-ökologischen Transformation widmen, z.B. Zukunftsmacher und Agile-Act-Future / Green Consulting Community.

Ich halte unentgeltliche Impulsvorträge für Berater*innen und Unternehmer*innen über „Nachhaltiges Wirtschaften“ und sehe dies als Wissenstransfer für das Gemeinwohl. Mein derzeit limitiertes freiwilliges Engagement in lokalen Vereinen möchte ich perspektivisch ausweiten.

E3 – Reduktion ökologischer Auswirkungen

- Erstellst Du für Dein Unternehmen eine Umwelt- und Energiebilanz?
- Gibt es ein Energie- und Umweltmanagementsystem?

Über die Erstellung dieses GWÖ-Fokusberichts hinaus habe ich bislang noch keine Umwelt- und Energiebilanzen erstellt (und bin nicht sicher, ob sich dies überhaupt für ein Einzelunternehmen lohnt bzw. den Aufwand rechtfertigt). Allerdings achte ich auf Ressourcenschonung in jeglicher Art der Erbringung meiner Dienstleistungen, z.B. im Bereich Mobilität über Vermeidung von Flugreisen und Anreise mit ÖPNV oder E-Auto sowie bei sämtlichen Beschaffungen.

E4 – Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

- Stellt Dein Unternehmen der Öffentlichkeit wesentliche, auch kritische Informationen zur Verfügung (Bsp. Nachhaltigkeitsbericht)?
- Können aus der Zivilgesellschaft betroffene Personen(Gruppen) sich einbringen (Dialog) und mitbestimmen?

Mit der Veröffentlichung dieses ersten GWÖ-Fokusberichts lade ich die Öffentlichkeit herzlich ein, mir Feedback und Impulse zu geben.

Verbesserungspotenziale/ Ziele/ Maßnahmen: Siehe oben in einzelnen Themenfeldern

Fokus:

Wo siehst Du den größten Hebel für Dich/Dein Unternehmen im Sinne des Gemeinwohls wirksam zu werden?

- **Kund:innen und Mitunternehmen, D2: Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen:**
 - o Kooperation mit gleichgesinnten Einzelpersonen/Organisationen, um gemeinsam tätig zu werden und den begrenzten Hebel als Einzel-Unternehmerin zu vergrößern
- **Gesellschaftliches Umfeld, E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen:**
 - o Auswahl meiner Kund:innen anhand von Kriterien, die auf meinen Purpose einzahlen, also ein konsequentes Wirtschaften innerhalb der planetaren Grenzen und für das Gemeinwohl anstreben
- **Gesellschaftliches Umfeld, E2: Beitrag zum Gemeinwesen**
 - o Kompensation von nicht-vermeidbaren Emissionen bei Reisetätigkeiten
 - o Fördermitgliedschaften in und Spenden an gemeinwohlorientierten Vereinen
 - o Ehrenamtliches Engagement innerhalb meiner Stadt / Kommune
 - o Lobbying von politischen Entscheidungsträger:innen und Mitwirkung an Petitionen/Demonstrationen für die sozial-ökologische Transformation

Ausblick

Kurzfristige Ziele

Welche kurzfristigen Ziele verfolgst Du für eine Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 1-2 Jahre)?

- Durch freiwilliges Engagement meine Stimme im Rahmen einer Bewegung für systemische Veränderungen auf regulatorischer Ebene öffentlichkeits-wirksam einbringen, z.B. als aktives Mitglied der Gemeinwohl-Ökonomie oder/und einer politischen Partei (zählt auf E2, Beitrag zum Gemeinwesen bei)
- Konsequenter Kund:innen begleiten, die ein Wirtschaften innerhalb der planetaren Grenzen und für das Gemeinwohl anstreben (zählt auf E1, Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen ein)
- Austausch mit der Green Consultants Community über weitere Kooperation und/oder Mitgliedschaft (zählt auf Kund*innen und Mitunternehmen, D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen ein)
- Ggf. die Neu-Gründung eines regenerativen Unternehmens im Verantwortungseigentum angehen und weiterhin in solche Unternehmen investieren

Langfristige Ziele

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

Berufliche Hebel für das Gemeinwohl eruieren, die außerhalb meiner Tätigkeit als Beraterin liegen, wie z.B.

- eine Management-Position bei einem gemeinwohl-orientierten/-bilanzierten Unternehmen einnehmen, um direkte Entscheidungskompetenz und Wirksamkeit über regeneratives Wirtschaften zu haben
- die Neu-Gründung eines regenerativen Unternehmens im Verantwortungseigentum angehen
- politisches Engagement festigen und ggf. für eine politische Rolle innerhalb meiner Kommune kandidieren



Hanna Perrin
April 2023