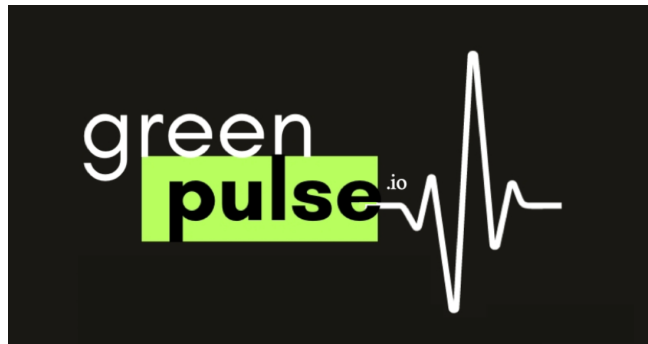


Gemeinwohl-Bericht: greenpulse.io



Fokus: CO2 Bilanzierung, Nachhaltigkeitsprojekte,
Zertifizierung, langfristige Begleitung und Training

„Impulse für das Wirtschaften der Zukunft“



Inhaber: K. Henry Wehrenberg

Sitz in Hamburg, gegründet in 2024

Nachhaltigkeitsberatung & Impact Optimierung

Kompaktbilanz nach Gemeinwohl-Matrix 5.0.1

Berichtszeitraum: 01.04.2024 bis 31.03.2025

Erstellungsdatum: 07.05.2025



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



Zertifikat:

Peerevaluation

Gemeinwohl-Bilanz

greenpulse.io

M5.0 Kompaktbilanz

01.04.2024 bis 31.03.2025

AbPE-AS-2025-3-Hamburg

zert. Begleiter*in

Armin Schmelzle

Beteiligte Peergruppen Firmen

- Wolf Oeding Unternehmensberatung, Hamburg
- Manfred Jotter – Unternehmensberatung, Hamburg
- hansekonzert Dirk Rosenstock, Schenefeld
- Lauermann Consult, Hamburg

Wert	MENSCHENWÜRDIGKEIT	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
BERÜHRUNGSGRUPPE				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette: 20 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette: 20 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette: 30 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette: 10 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 30 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 60 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 90 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: ./.
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 70 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 50 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 70 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: ./.
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 70 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 40 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 30 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 40 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 70 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 40 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 60 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 20 %

Zertifikat gültig bis
30.04.2027

BILANZSUMME:
475

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

Hamburg, 29.05.2025

Gus Hagelberg and Markus Müllenschläder / 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.

Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Informationen zum Unternehmen	5
Kurzpräsentation des Unternehmens	6
Produkte / Dienstleistungen	6
Das Unternehmen und Gemeinwohl	6
A Lieferant*innen	8
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	8
A1.1 Menschenwürde in der Zulieferkette	8
A1.2 Negativ-Aspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette	12
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	12
A2.1 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	12
A2.2 Negativ-Aspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen	14
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	14
A3.1 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	14
A3.2 Negativ-Aspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette	15
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	16
A4.1 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	16
B Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen	17
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	17
B1.1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	17
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	19
B2.1 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	19
B2.2 Negativ-Aspekt: Unfaire Verteilung von Geldmitteln	21
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	22
B3.1 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	22
B3.2 Negativ-Aspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen	24
B4 Eigentum und Mitentscheidung	24
B4.1 Eigentum und Mitentscheidung	24
B4.2 Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahme	25
C Mitarbeitende	26
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	26
C1.1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	26
C1.2 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen	29
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	29
C2.1 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	29

C2.2 Negativ-Aspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge	31
C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	32
C3.1 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden	32
C3.2 Negativ-Aspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens	33
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	34
C4.1 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	34
C4.2 Negativ-Aspekt: Verhinderung des Betriebsrates	35
D Kund*innen und Mitunternehmen	35
D1 Ethische Kund*innenbeziehungen	35
D1.1 Ethische Kund*innenbeziehung	35
D1.2 Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen	38
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	39
D2.1 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	39
D2.2 Negativ-Aspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen	42
D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	42
D3.1 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	42
D3.2 Negativ-Aspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen	44
D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz	44
D4.1 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz	44
D4.2 Negativ-Aspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen	46
E Gesellschaftliches Umfeld	46
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	46
E1.1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	46
E1.2 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen	49
E2 Beitrag zum Gemeinwesen	50
E2.1 Beitrag zum Gemeinwesen	50
E2.2 Negativ-Aspekt: Illegitime Steuervermeidung	52
E2.3 Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention	53
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	53
E3.1 Reduktion ökologischer Auswirkungen	53
E3.2 Negativ-Aspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen	62
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	63
E4.1 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	63

E4.2 Negativ-Aspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation	64
Ausblick	66
Kurzfristige Ziele	66
Langfristige Ziele	66
EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Richtlinie zur nichtfinanziellen Berichterstattung nach 2014/95/EU)	66
Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz	68

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname:	greenpulse.io
Rechtsform:	Freiberuflichkeit
Eigentum- und Rechtsform:	Inhabergeführt
Website:	https://green-pulse.io/
Branche:	Nachhaltigkeitsberatung
Firmensitz:	Deutschland
Gesamtanzahl der Mitarbeitenden:	1 Personen
Vollzeitäquivalente:	1 FTE
Saison- oder Zeitarbeitende:	Nicht relevant.
Umsatz:	43.237,82 €
Jahresüberschuss:	22.467,10 €

(Diese Werte beziehen sich auf das letzte vollständige Geschäftsjahr 04/24 - 03/25.)

Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen: -

Berichtszeitraum: 01.04.2024 bis 31.03.2025

Kurzpräsentation des Unternehmens

Greenpulse.io mit Sitz in Hamburg beschleunigt die wirtschaftliche Transformation von Unternehmen und bietet durch Beratung, Projektbegleitung sowie Workshops relevante Lösungen für Unternehmer:innen und CSR-Beauftragte, die nach CSRD/ESRS berichten müssen oder freiwillig den ökologischen Fußabdruck mit Maßnahmen reduzieren wollen.

Auch Startern helfen wir, die ersten Schritte zu gehen, um das Geschäftsmodell nachhaltiger und resilienter zu machen. Die Expertise umfasst die Entwicklung und Umsetzung von Nachhaltigkeitsstrategien, sowie CO2-Reduktionsmaßnahmen, Projektbegleitung und Supervision. Mit unserem ganzheitlichen Ansatz unterstützen wir Unternehmen dabei, ökologische Verantwortung zu übernehmen und ökonomische Chancen zu ergreifen. Darüber hinaus begleiten wir auch bei der Implementierung von Purpose Geschäftsmodellen oder auf dem Weg zur passenden Zertifizierung, z.B. einer GWÖ Bilanzierung. Mit innovativen Digitallösungen und pragmatischen Ansätzen aus der Praxis liefern wir Mehrwert und geben Impulse für das Wirtschaften der Zukunft.

Produkte / Dienstleistungen

Produkt / Dienstleistung	Anteil am Umsatz (in %)
Nachhaltigkeitsberatung	50
Projektbegleitung	30
Kommunikationstrainings & Teambuilding	10
Digitalisierungsprojekte	10

Das Unternehmen und sein aktives Engagement für Gemeinwohl

Welchen Bezug hat Ihr Unternehmen zur Gemeinwohl-Ökonomie?

Von Beginn an, ab der Neugründung am 01. April 2024 wurde versucht, das Geschäftsmodell auf den GWÖ-Prinzipien aufzubauen. Dazu wurde bereits ein Eco Business Canvas Workshop inkl. Weiterbildung besucht, um das Unternehmen mit den richtigen Weichenstellungen vorzudenken. Ein besonderer Fokus liegt auf der ökologischer Nachhaltigkeit bei der Beratung von Unternehmen und ist damit von Beginn an fester Bestandteil des Geschäftsmodells, um messbar den CO2 Impact von Unternehmen zu verbessern.

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

- Beginn der Ausbildung als GWÖ Berater im Herbst 2023 mit Eco Business Canvas Workshop inkl. Fortbildung für Eco Business Canvas

- Aktives GWÖ Mitgliedsunternehmen seit der Neugründung im April 2024 mit greenpulse.io
- Aktiver Besuch der monatlichen GWÖ Berater-Treffen der Arbeitsgruppe Wirtschaft in Hamburg
 - Aktiv im Kampagnen Team für die Akquise bei der AG Beratung
 - Initiator des Eventformats GWÖ Unternehmens-Salon pro Quartal ab 2024 für die Neuakquise von Unternehmen für eine Bilanzierung und die Bewegung, Initiator des GWÖ Afterwork ab Q1 2025 in Hamburg, das 1x pro Quartal stattfindet
 - Co-Moderator des GWÖ Unternehmensnetzwerkes in Hamburg, das sich 1x/Quartal trifft
- ca. 1 Dutzend GWÖ Events organisiert, beginnend seit 2024
 - 1. GWÖ Unternehmens-Salon Hannover 17.01.2024 @List Loft
 - 1. GWÖ Unternehmensnetzwerk Hannover, 23.02.2024 @List Loft
 - 1. GWÖ Unternehmens-Salon Hamburg 10.04.2024 @Syndicate Design
 - 2. GWÖ Unternehmensnetzwerk Hannover, 15.05.2024 @List Loft
 - 2. GWÖ Unternehmens-Salon Hannover 15.05.2024 @List Loft
 - 2. GWÖ Unternehmens-Salon Hamburg 17.06.2024 @Villa Viva
 - GWÖ Heldenmarkt - Hilfe bei der Organisation und Standbetreuung im Herbst 2024
 - 1. GWÖ Projekt in Hospitation bei Wolf Oeding im Herbst 2024 gestartet
 - 3. GWÖ Unternehmens-Salon Hamburg Dez 2024 @LinkedIn (digital) CO2-Bilanz für Beginner
 - 1. GWÖ Bilanzierungen in Co-Moderation mit Gerd Lauermann ab Januar 2025 gestartet
 - 4. GWÖ Unternehmens-Salon Hamburg Jan 2025 @LinkedIn (digital) CO2-Bilanz für Beginner
 - 1. GWÖ Afterwork Hamburg Feb 2025 @20up Skyline Bar
 - 2. GWÖ Afterwork Hamburg Apr 2025 @Hadley's Vintage-Café
 - 1. GWÖ-Sommerfestival & Hoffest in Hamburg Aug 2025 @Wildwuchs-Brauwerk
- Einführung eines CRM-Systems in Q1 2025 für die aktiven GWÖ Berater*innen aus Hamburg
- Pflege und Erweiterung des GWÖ Unternehmens-Netzwerkes in Hamburg und der Region

A Lieferant*innen

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

A1.1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Berichtsfragen

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

Berichtsantwort

Im Bereich der Lieferkette ist meiner Haltung als Inhaber, dass ich mich dafür zunehmend dafür einsetze, dass bei Lieferant*innen auf die Arbeitsbedingungen Ihrer Mitarbeitenden geachtet wird. Deshalb werden Lieferant*innen in der Zulieferkette fortlaufend geprüft, jedoch bisher eingeschränkt im Bezug auf Verfügbarkeit von Informationen. Es wird versucht step-by-step bessere Lösungen zu finden und umzusetzen.

Nach folgenden Kriterien vergleicht die Unternehmung greenpulse.io im Weiteren seine zugekauften Produkte und Dienstleistungen:

- **Kosten-Nutzen-Verhältnis**
- **Verfügbarkeit**
- **lange Nutzungsdauer**
- **Regionalität**
- **ökologische Nachhaltigkeitsbemühungen mit Siegeln oder Berichten belegt**
- **fair hergestellt und möglichst direkt vermarktet (Einhaltung der Menschenwürde)**

Es wird im ersten Berichts- und Gründungsjahr aus ökonomischer Sicht darauf geachtet, das Kosten-Nutzen-Verhältnis optimal zu gestalten und hohe Standards bei der Beschaffung zu erhalten. Bei fehlender Verfügbarkeit wird der Verzicht geprüft oder die bestmögliche Alternative gewählt.

Mein 2015 gekauftes MacBook aus dem Studium konnte ich dank Reparatur, Wartung und Aufrüstung bis 2024 nutzen. Ab 2024 habe ich ein modernes MacBook über refurbed.de bezogen, welches aus dem Sekundärmarkt kommt. Ebenso wurde ein iPhone 15 second-hand über refurbed.de bezogen, nachdem das alte iPhone 12 aus 2021 einen unabsichtlichen Versicherungsschaden durch Externe Dritte erlitten hatte.

Um die damals sehr unwürdigen Arbeitsbedingungen in den chinesischen Fabriken von Apple wenigstens ein wenig wieder gut zu machen, ist refurbed.de eine vorbildliche Second-hand Plattform für die IT Hardware, die eine große Nachhaltigkeitssparte hat, worüber ich die Produkte ab 2024 beziehe. [Apple](https://apple.com) hat seit dem Skandal 2012/13 zum Glück nachgebessert, auch in diversen Rankings, wenn auch noch lange nicht genug entsprechend ihrer Marktmacht. Auch ihre Steuervermeidungsstrategie ist hochkritisch im Sinne des Gemeinwohls. Dennoch habe ich die Erfahrung machen dürfen, dass ihre Produkte eine

lange Nutzungsdauer von 7 bis bislang 12 Jahren haben, was gerade im elektronischen Bereich außergewöhnlich ist und damit andere Mehrwerte schafft.

Auch Möbel, Textilien und Schuhe kaufe ich entweder Second Hand (über 90%) oder nach den Kriterien in der Reihenfolge kleine Boutique, fair und nachhaltiger Ansatz.

Bei Lebensmitteln ist mir Regionalität und fairer Handel mit möglichst wenigen Zwischenhändlern sehr wichtig, damit ein Großteil meines Geldes bei den Produzenten selbst ankommt. Beruflich (zu 95%) betrifft das hauptsächlich meinen Milchkaffee mit grundsätzlich Bohnen aus Fairtrade oder WTO-Siegeln und meistens ebenso wie die Milch mit hochwertigen Bio-Siegeln wie vorzugsweise Demeter, aber mindestens Bioland oder alternativ mit Bio-Hafermilch. Gerade bei der Milch und bei Früchten für Seminare wird sehr viel Wert auf Regionalität gelegt.

Wir möchten uns hier stetig verbessern und durch den fortlaufenden GWÖ-Bilanzierungsprozess in Zukunft mehr GWÖ-bilanzierte oder GWÖ-affine Unternehmen einbinden.

Soziale Risiken in der Lieferkette werden zu Beginn durch eine Online-Recherche geprüft und evaluiert. Falls es keine entsprechenden bekannten Verletzungen gibt, wird auf der Homepage des Anbieters nach Transparenzberichten gesucht. Darüber hinaus werden Produkte und Dienstleistungen mit relevanten Siegeln bevorzugt, sofern Siegel vorhanden sind. Eine kontinuierliche Substitution durch bessere Alternativen wird bei guten Argumenten für bessere Anbieter herzlich begrüßt. Im ersten Jahr war die Auswahl häufig in der Praxis doch mehr durch Leistung und schnelle Verfügbarkeit geprägt. Im folgenden Berichtszeitraum kann hier fortlaufend verbessert werden.

Hier folgt eine Liste der zugekauften Produkte und Dienstleistungen:

- Energie:
 - Nachhaltiger Strom für das Büro: WestfalenWindstrom, Wechsel zu Naturstrom
- Kommunikation
 - Mobilfunk via Freenet Debitel
 - Internet via Telekom, Wechsel zu Maingau-Energie
- IT Infrastruktur & Software:
 - Microsoft Office via Strato + Domain (kostenpflichtig)
 - 10web für Webdesign mit KI
 - IT Security via SH4U GmbH (kostenpflichtig)
 - Perplexity AI (kostenpflichtig)
 - Apple Cloud Services und Speicher
 - Miro Board (kostenlos)
- Hardware
 - Refurbed.de: MacBook (refurbed)
 - Refurbed.de: iPhone 15 (refurbed)
 - HP Druck Online-Services

- Schreibwaren via Amazon Prime für Seminarmaterial (gekündigt zu Beginn bis 2025)
 - Flip-Chart Marker
 - Magic Flipchart Papier (Funktionalität)
 - Druckerpapier (selten bis gar nicht)
- Servicedienstleistungen: Marketing
 - Canva Visitenkarten (kostenpflichtig)
 - LinkedIn Ads (kostenpflichtig)
 - Instagram Ads (kostenpflichtig)
 - Perspective Marketing Tool (Shared Account)
 - CRM: Pipedrive (kostenpflichtig) - Wechsel 2025 zu Hubspot (kostenlos)
 - Online Lebenslauf (Bewerbung für Dozentenstelle)
 - Flyeralarm
- Eintragung der Marke + Beratung
- Catering: Supermarkteinkäufe(möglichst regional)
 - Bio-Obst
 - Bio Milch und Hafermilch
 - Fair-Trade Kaffee
 - Bewirtungskosten
- Finanzdienstleistungen
 - Steuerberatung
 - N26 Bank Berlin
 - Rechtsschutzversicherung Roland
 - KFZ Versicherung Huk-Coburg
 - Betriebshaftpflichtversicherung Baloise
 - Krankenversicherung Hallesche
- Mobilität
 - Hvv Switch: DE-Ticket & E Scooter Sharing
 - Bolt E Scooter Sharing
 - Miles Car Sharing
 - DB für Fahrten außerhalb Hamburg
 - Fiat Ducato Firmen- & Privatfahrzeug
 - Unterkünfte via booking.com
 - Parkgebühren via easypark App
- Fort- & Weiterbildungen
 - Ökoprotit Energieaudit
 - Babbel Sprachkurs App (Spanisch)
- Versicherungen
 - Betriebshaftpflicht bei der Baloise

- KFZ Versicherung bei der HUK Coburg
- Roland-Rechtsschutzversicherung
- ADAC Mitgliedschaft
- Gesetzliche Krankenversicherung DAK und Wechsel ab Dez 2024 in die PKV bei der Halleschen

Die Prüfung der Lieferkette wurde mit der in der Wissenschaft bevorzugten Deep-Search AI Engine "Perplexity" bezüglich der Achtung der Menschenwürde analysiert. Ich räume ein, dass Lieferketten in ihrer Komplexität häufig schwer kontrollierbar sind.

Besonders im Bereich der Hardware, die mit seltenen Erden aus dem Bergbau erstellt werden, ist die Kontrolle sehr schwierig und mit Risiken behaftet. Lediglich sind fortlaufend Apple und Microsoft sowie HP wegen der Lieferkette im Bereich Hardware in der Kritik. Bei Microsoft wird jedoch nur Software genutzt und bei HP und Apple wird daraufhin lediglich via refurbished.de im Sekundärmarkt, also gebraucht und refurbished eingekauft. Amazon wurde ebenfalls hart kritisiert und wurde deshalb zu 2025 gekündigt und durch lokale Anbieter ersetzt (nuranda).

Im Lebensmittelbereich sind Menschenrechtsverletzungen, insbesondere bei importierten Produkten wie Kaffee, Kakao, Tee oder Obst aus dem globalen Süden, weit verbreitet. Dazu zählen Kinderarbeit, Hungerlöhne, Diskriminierung und unsichere Arbeitsbedingungen. Auch bei Produkten mit Siegeln (Bio, Fair Trade) ist nicht zu 100% garantiert, dass alle Menschenrechte entlang der gesamten Kette gewahrt werden, aber das Risiko ist deutlich reduziert.

Ein Tool oder System zum Lieferantenmanagement mit Automatisierung oder Schnittstelle zur Buchhaltungssoftware könnte spannend werden, um das Lieferantenmanagement und - Screening zu vereinfachen, um kontinuierlich Verbesserungen voranzutreiben.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der zugekauften Produkte/ Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen

04/24 - 03/25:

Branche	Ausgaben (in €)
- Information und Kommunikation	4.397,70
- Gesundheit und Sozialarbeit	5.257,04
- Groß- und Einzelhandel sowie Werkstätten für Kraftfahrzeuge (Anmerkung: Groß- und Einzelhandel nicht auf KFZ beschränkt)	3.857,52
- Bildung	1.180
- Information und Kommunikation	1.000
- Übrige Lieferanten	13.765,14

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

04/24 - 03/25: 50 % (Schätzwert)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Strengere Kontrolle der Lieferant*innen

- Fortlaufende Prüfung von Nachhaltigkeitsberichten und Aktivitäten von Lieferant*innen, bzw. Recherche, ob es auf dem Markt preiswerte gemeinwohlabianzierte oder GWÖ-affine Alternativen gibt.
- Management-System einführen und Lieferant*innen systematisch erfassen, analysieren und bewerten

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

Berichtsfrage

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

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

Berichtsantwort

Das Unternehmen kann bestätigen, dass die Menschenwürde bei den wesentlichen Lieferant*innen nicht verletzt wird. Es sind derzeit keine Fälle bekannt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

A2.1 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Berichtsfragen

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

Berichtsantwort

Meine Unternehmung kreiert die Wertschöpfung maßgeblich selbst und besitzt in diesem Sinne keine direkten Zulieferer. In gemeinsamen Projekten werden die Projektpreise und dahinter stehende Leistungen mit den Kooperationspartnern und den Kunden auf

Augenhöhe abgestimmt. Angebote werden gemeinsam kalkuliert und gestaltet und transparent an den Kunden kommuniziert. Der faire und transparente Umgang miteinander ist dabei ein hoher Wert für uns und zeigt sich in der fortlaufenden und guten Zusammenarbeit mit den Partnern. Mit den Partnern aus der GWÖ Beratung besteht ein Vertrauensverhältnis mit regelmäßigen teils wöchentlichen Abstimmungen. Abweichungen und evtl. Missverständnisse, Risiken und/oder Probleme werden i.d.R. schon im Vorfeld weitgehend ausgeräumt, oder dann sofort bzw. zeitnah thematisiert und Lösungen dafür gefunden. Diese Themen werden nach Bedarf auch immer wieder auf die Tagesordnung genommen, um neue Entwicklungen im Kontext Risiken oder mögliche aufkommende Probleme frühzeitig zu klären. Aufgrund fehlender Marktmacht, wird jeweils geprüft, inwieweit Zeitressourcen geschont werden können.

Der Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt, ist schwer zu berechnen, da es bei den von mir eingekauften Produkten und Dienstleistungen kaum relevante Labels zu finden gibt. Bei dem geringen Anteil an Rohwaren wird bevorzugt auf Siegel geachtet. Daher wurde hier eine Schätzung von 35% abgegeben. Der Anteil der Lieferant*innen, die aufgrund eines fairen und solidarischen Umgangs mit Anspruchsgruppen ausgewählt wurden, ist bisher nicht gemessen worden. Der Wert liegt dennoch schätzungsweise bei +60%, weil mehrheitlich positiv zu bewertende Lieferant*innen mit gutem Image ausgewählt werden. Amazon Prime wurde u.a. als Standardlieferant für Büroartikel erfolgreich ersetzt, da hier viele Negativnachrichten bekannt geworden sind. Über den Schritt sind wir sehr froh und möchten Anbieter aus der Region unterstützen, die mehr Wert auf Solidarität und Gerechtigkeit legen.

Verifizierungsindikatoren

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

04/24 - 03/25: 35 % (Schätzwert)

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

04/24 - 03/25: 60 % (Schätzwert)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Kündigung von Amazon Prime

- Amazon Prime wurde als Standardlieferant für Büroartikel erfolgreich ersetzt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Lieferanten nach Siegeln in dem Bereich prüfen

- Es kann durch Online-Recherche eine Statistik darüber erhoben werden, welche Lieferant*innen in diesen Bereich durch Siegel positiv zu bewerten sind und für welche keine Daten vorliegen sind.

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

Berichtsfrage

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

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

Berichtsantwort

Als Kleinstunternehmen habe ich in dem Falle wenig bis keine Marktmacht gegenüber Lieferant*innen. Bei akuten Fällen, in denen Ungerechtigkeiten, bzw. extrem unsolidarische Geschäftsgebahren bekannt und belegt werden, kann eine Substitution der jeweiligen Lieferant*innen geprüft und vollzogen werden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

A3.1 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Nach welchen Kriterien werden Rohware, Produkte und Dienstleistungen ausgewählt?
- Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?
- Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen berücksichtigt?
- Welche Unterschiede gibt es zum Wettbewerb hinsichtlich ökologischem Einkauf?

Berichtsantwort

Ökologische Standards bei der Auswahl der Lieferant*innen sind Fokus und fester Bestandteil des Einkaufes. Der Klimaschutz ist fester Bestandteil des Geschäftsmodells und hier wird ein Fokus bei der Prüfung der Lieferant*innen gesetzt. Basierend auf den zuvor beschriebenen eigenen Kriterien zur Lieferantenauswahl und der Kerngeschäftstätigkeit des Unternehmens dürften die Risiken zur Schädigung der Umwelt beizutragen eher gering sein und es wird im Büroalltag größtenteils gebraucht, recyclingfähig oder BIO und/oder per Fair Trade konsumiert.

Produkte werden so lange wie möglich genutzt, aufgrund der hohen Digitalisierung der Prozesse mit Cloud-Diensten wird kaum Papier genutzt. Sämtliche Gesprächsprotokolle und anderweitige Informationen werden digital erfasst und gespeichert. Das wenige verwendete Öko-Papier und Magic Flip Chart Papier sind 100 % recyclingfähig. Gedruckt wird fast ausschließlich mit Vorder- und Rückseite, wenn es nicht vorzugsweise 100% digital und "paperless" zu lösen ist. Die Nutzung der IT- und Kommunikationshardware wird so lang wie

möglich realisiert und erst wenn die geschäftlichen Erfordernisse damit nicht mehr erfüllt werden können, werden diese im privaten Kontext weiter genutzt, oder bei defekt gewartet bzw. erst in letzter Konsequenz ausgetauscht. Der Anteil der eingekauften Produkte/ Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind, wird auf mindestens 60% geschätzt.

Ein Transport von Produkten und Waren in der eigenen Wertschöpfungskette entsteht aufgrund der Dienstleistung faktisch nicht und ist marginal. Es sind vor allem digitale Dienstleistungen, welche bezogen und genutzt werden. Sämtliche Informationen werden digital kommuniziert und nur bei absoluter Erfordernis in Papierform übermittelt. Die Mobilität trägt in diesem Feld grundsätzlich sicher noch den größten Anteil, war aber in 2024 generell sehr gering, wie zuvor beschrieben. Dienstliche Fahrten mit dem eigenen KFZ werden möglichst reduziert und durch Sharing Angebote mit niedrigeren CO2-Äquivalenten ersetzt, wenn es geht. Der größte Teil der Fahrten wurde mit dem ÖPNV durchgeführt oder mit Sharing-Anbietern mit dem Großteil an E-Transportmitteln realisiert. Flugreisen wurden in der Geschäftstätigkeit des Unternehmens noch nie durchgeführt und bewusst vermieden.

Amazon Prime wurde mittlerweile gekündigt und "nuranda" aus Kiel als GWÖ-Mitglied und Alternative für den nachhaltigen Online-Büro-Shop geprüft. Der Shop bietet einen Ökofilter für Produkte und 80% der Gewinne werden gespendet, wobei Stammkunden mitentscheiden dürfen.

Verifizierungsindikatoren

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

04/24 - 03/25: 60 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Kündigung von Amazon Prime zu 2025

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C2C: Kreislaufwirtschaftsmodelle prüfen

- Produkte mit dem Ansatz der Kreislaufwirtschaft könnten mehr in den Fokus rücken.
- Suche einer lokalen Alternative für Amazon Prime für Bürobedarfe

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

Berichtsfrage

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

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

Berichtsantwort

Es konnten in dem Kontext keine Produkte und Dienstleistungen mit extrem schädlichen Umweltauswirkungen identifiziert werden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

A4.1 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Berichtsfragen

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

Berichtsantwort

Durch offene, transparente und möglichst persönlicher Kommunikation wird ein transparenter und partizipativer Umgang entlang der Zulieferkette gefördert. Dies betrifft fast ausschließlich enge Kommunikationspartner. Generell steht die Webseite zur Verfügung, um darüber hinaus kontaktiert werden zu können. Wir nutzen keine Cookies auf der Homepage, um auch Datenschutz bereits von potenziellen Partnern zu schützen. Mögliche Risiken und Missstände werden nach Möglichkeit im Vorfeld durch Recherche identifiziert oder beim Entstehen, spätestens aber beim Eintreten offen angesprochen und thematisiert.

Der Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label zu Transparenz und Mitentscheidung tragen, wurden bisher nicht berücksichtigt. Jedoch herrscht mit schätzungsweise 20% der Lieferanten ein persönlicher Austausch und ein partizipativer Umgang. Dazu zählt vor allem der Bereich der Finanzpartner*innen und Investitionen, z.B. bei dem Investment in die Waldgenossenschaft "The Generation Forest" zur CO2 Kompensation. Durch die Auswahl von ersten GWÖ-Unternehmen als Lieferant*innen herrscht eine große Werteüberschneidung, die weiter ausgebaut werden kann und mit diesen Unternehmen herrscht ein sehr direkter Austausch und eine gegenseitige Offenheit. Im Beispiel von nuranda wird sehr eng und offen kommuniziert, sodass hier erste Schritte gemacht wurde beidseitige Transparenz und Mitentscheidung eingeräumt werden.

Lieferanten mit hohen Transparenzstandards werden daher in Zukunft bevorzugt ausgewählt. Des weiteren möchte ich erste Besuche realisieren, um Beziehungen wie mit nuranda zu vertiefen. Daraus kann eine Systematik entwickelt werden und durch Befragungen von Lieferant*innen eine enge Kooperation ermöglicht werden. Jedoch sind wir uns bewusst, dass bei großen Zulieferern durch die geringe Marktmacht, wenig Mitentscheidungsmöglichkeiten herrschen. Je transparenter ein Lieferant generell sowie in Bezug GWÖ Werte aufgestellt ist, desto eher steigt die Wahrscheinlichkeit, dass die

Einhaltung von Werten gegeben und kontrolliert wird. Ein Supplier-Management System zur Einschätzung der Tiefe der Kooperation, welches den Grad der Mitentscheidung und Transparenz festhält, wäre eine erstrebenswerte Verbesserung.

Verifizierungsindikatoren

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

04/24 - 03/25: 0 %

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

04/24 - 03/25: 20 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Wechsel des Anbieters für Bürobedarfe zum GWÖ-Anbieter nuranda

- Es herrscht ein positiver Austausch und es werden gemeinsame Konzepte entwickelt und Partizipation ist implementiert.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Mehr Besuche bei Lieferant*innen und Partner*innen planen
- Management-System einführen und Lieferant*innen systematisch erfassen, analysieren und bewerten
- Lieferant*innen-Fragebogen versenden

B Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B1.1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Berichtsfragen

- Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden überlegt?
- Welche Formen und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/ oder über Ethikbanken konnten umgesetzt werden?
- Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken verringert werden?
- Wie sind die Finanzpartner*innen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten?

Berichtsantwort

Als gemeinwohlorientierte Nachhaltigkeitsberatung versucht die Unternehmung greenpulse.io sein Finanzmanagement kontinuierlich zu optimieren und zu verbessern, um unabhängig und selbstbestimmt zu bleiben. Es wurden Subventionen in Form des Gründerzuschuss in den ersten 6 Monaten nach Gründung erhalten. Das Eigenkapitalanteil

von greenpulse.io beträgt liegt ansonsten bei 100%. Fremdfinanzierungen im Sinne von Krediten gibt es nicht, der Gründerzuschuss wird 100% zugesprochen und wird nicht zurückgezahlt. Die Unterstützung nehme ich sehr dankbar an und will sie für das Gemeinwohl nutzen.

Mein Firmenkonto habe ich wegen dem innovativen Feature zum automatisierten Sparen und dem sehr guten Service bei der N26 Bank mit Sitz in Berlin. N26 ist die erste 100% mobile Bank aus Deutschland ist, die von der BaFin eine [deutsche Vollbanklizenz](#) erhalten hat. Die Entscheidung u.a. neben dem sparsamen Digitalkonzept ohne physische Banken vor allem durch modernste Technologie und Funktionalität per App. Ganz konkret können durch den konfigurierbaren automatischen Einkommensverteiler bei Geldeingang, z.B. 19% für die Abführung der Umsatzsteuer und 5% Rücklagen für Fort- & Weiterbildungen automatisch auf ein separates Unterkonto mit IBAN überwiesen werden. Dadurch können Ressourcen und Zeit gespart werden und Sparpläne sehr individuell gestaltet werden.

N26 hat bisher keine explizite Ausrichtung auf ethisch-nachhaltige Finanzpartner gezeigt. Im Vergleich zu Ethikbanken wie GLS oder Pax-Bank fehlt bei N26 eine klare Strategie zur Förderung nachhaltiger Projekte oder grüner Investitionen. Dennoch bietet die Bank ESG-Investitionsmöglichkeiten an, sodass Kunden nachhaltig investieren können und darüber lernen können (Quelle: n26.com/en-eu/blog/what-is-esg-investing). Darüber hinaus baut das Berliner Startup auf Diversity und Inklusion (Quelle n26.com/en-eu/diversity-and-inclusion) und LinkedIn wählte N26 2019 als attraktivstes Startup aus Deutschland, das mittlerweile 1.500 Mitarbeiter*innen aus 80 verschiedenen Nationen beschäftigt.

Es werden keine Fremdfinanzierungen, Kredite oder Leasingangebote genutzt. Als freiberuflicher Berater als 1-Personen-Beratung ist mein Kapitalbedarf im ersten Jahr vom 01.04.2024 bis zum 31.03.2025 überschaubar. Eine Finanzinvestition in Raten wurde bei The Generation Forest getätigt, um CO2 zu reduzieren. Der Genossenschaftsanteil wurde jedoch bereits zu 100% überreicht. Bisher sind 253€ von 1.633€ angezahlt und der Rest wird in Raten a 30€ pro Monat finanziert.

Verifizierungsindikatoren

Eigenkapitalanteil

04/24 - 03/25: 100 %

Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche

04/24 - 03/25: 19,4 %

Der durchschnittliche Eigenkapitalanteil der Branche liegt bei 19,4 % (Quelle: Deutsche Bundesbank Jahresabschlussstatistik (Verhältniszahlen) Mai 2024, Seite 198).

Fremdkapitalanteil

04/24 - 03/25: 0 %

Finanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart

04/24 - 03/25:

Finanzierungsart	Betrag (in €)
Gründerzuschuss (keine Rückzahlung)	14.202

Es bedurfte seit der Gründung keiner Fremdfinanzierungen oder Kredite.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Anfrage bei ethischen Banken stellen (Zweitkonto)

- Ethische Banken könnten kaufmännisch verglichen und angefragt werden, ob diese die gewünschte technische Funktion mit dem Einkommensverteiler nach % der Geldeingänge auch bieten können. Wenn die Funktionalität vorhanden ist, wäre ein Wechsel denkbar.
- Alternativ könnte für Überschüsse, Rücklagen und Investments ein separates Konto bei einer Ethikbank etabliert werden, sodass N26 als Konto für Fixkosten und variable Kosten verbleibt.
- Kriterienkatalog für die Auswahl von Finanzpartner*innen und Kreditinstituten erstellen

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B2.1 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Berichtsfragen

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

Berichtsantwort

Ich habe eine soziale Grundhaltung im Umgang mit Geldmitteln und möchte mit der Unternehmung strategisch ethisch vertretbare Dinge fördern und andere inspirieren.

Meine Unternehmung hat den Rechtsstatus einer freiberuflichen Tätigkeit mit einer Einnahmen-Überschuss-Rechnung. Die Honorargestaltung erfolgt in Abstimmung mit den Partner*innen und Kolleg*innen kooperativ und solidarisch. In dieser Form ist der erzielte Gewinn der Unternehmerlohn und dient in erster Linie der Deckung der Lebenserhaltungskosten von mir und der Familie mit unseren 2 Söhnen. Für die Söhne werde jeweils privat Öko-ETF's mit nachhaltigem und ethischem Charakter bei der Umweltbank bespart und Rücklagen in Höhe von 10% für die Altersvorsorge gebildet.

In Form von mehrheitlich wissensbasierten Dienstleistungen besteht für die Unternehmung nur wenig Zukunftsbedarf in Form von Geld, sondern eher in der effizienten Nutzung der

zeitlichen Ressourcen und dem Schutz der Gesundheit, sowie der Priorisierung der Bedarfe. Mögliche Zukunftsbedarfe werden je nach den finanziellen Möglichkeiten im Bereich Fort- & Weiterbildung, Marketing und der Erhaltung der IT-Hardware sowie des PKW's gesehen. Bei Überschüssen könnte eine Investition in ein Solar-Balkonkraftwerk in Frage kommen. Eine Risikovorsorge kann vor Allem in Form des Schutzes und Erhaltens der körperlichen und geistigen Gesundheit betrieben werden. Über vielfältige sportliche Aktivitäten, viel Aufenthalt in der Natur, einer gesunden Ernährung, Sauna, Krafttraining und Massagen.

Eine weitere Risikovorsorge liegt in der guten und engen Kooperation mit dem GWÖ-Berater*innen-Netzwerk, so das eine gegenseitige Vertretung in Krisen-, Ausfall und Urlaubszeiten problemlos möglich ist. Zu Beginn von 2025 wurde das Angebot um Teamtage im Wald in der Heide vor den Toren Hamburgs ergänzt, um weniger Zeit vor dem PC und dafür mehr Zeit in einer natürlichen und gesundheitsfördernden Umgebung verbringen kann.

Auf technischer Seite liegt das wesentliche Augenmerk auf der IT & Kommunikationstechnik. Dort gab es wesentliche Anfangsinvestitionen für Hardware, Software und die IT-Infrastruktur. Ab Ende des Berichtszeitraumes erfordert es jedoch keine weiteren großen Investitionen ab 2025. Eine Erneuerung ist erfahrungsgemäß aller 4-6 Jahre erforderlich. Gerade im Gründungsjahr 2024, wurden dafür die meisten Investitionen getätigt. Dazu kommen ergänzend Marketingausgaben im angemessenen Rahmen.

Die wichtigsten und bisher umfangreichsten Zukunftsausgaben sind:

- IT Hardware, Software & Infrastruktur
- Aus- und Weiterbildungen
- Rücklagen für zu zahlende Steuern
- Rücklagen für Zeiten, in denen kein Projekt zu Mitarbeit akquiriert werden kann
- Branding und Marketingausgaben
- Investitionen in Klimaschutz-Projekte

Es bestanden und bestehen keine Kapitalerträge oder -ausschüttungen an den Inhaber oder Externe.

Verifizierungsindikatoren

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit

04/24 - 03/25: 1.075 €

Gesamtbedarf Zukunftsausgaben

04/24 - 03/25: 5.000 €

Der Bedarf an Zukunftsausgaben dürfte durch Fort- und Weiterbildungen, sowie weiteren Investitionen in Marketing, IT Infrastruktur und einem möglichen Solar-Balkonkraftwerk zur CO2 Reduktion bei etwa 5.000€ liegen.

Getätigte/r strategischer Aufwand/ strategische Ausgaben

04/24 - 03/25: 9.000 €

Die Kosten für Marketing lagen sowie die Investitionen in Fort- und Weiterbildungen bei jeweils ca. 1.000€, die Erhaltung und Erneuerung der IT Hardware hat ca. 1.500€ gekostet

und Beratungskosten betrugen etwa 1.000€. Dazu kamen Investitionen in die Wartung des KFZ von etwa 2.500€, sowie Investitionen in die IT Infrastruktur von etwa 2.000€.

Anlagenzugänge

04/24 - 03/25: 0 €

Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn)

04/24 - 03/25: 0 €

Auszuschüttende Kapitalerträge

04/24 - 03/25: 0 €

Auszuschüttende Kapitalerträge in % vom Stamm- oder Grundkapital

04/24 - 03/25: 0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Sparplan für Rücklagen aufbauen:
Es könnte ein automatisierter Sparplan mit einem zu ermittelnden Prozentsatz bei Geldeingängen etabliert werden, um die Risikovorsorge zu verbessern.

B2.2 Negativ-Aspekt: Unfaire Verteilung von Geldmitteln

Berichtsfrage

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

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

Berichtsantwort

Das Unternehmen bestätigt, dass die Verteilung von Geldmitteln trotz stabiler Gewinnlage fair erfolgt: aus den Überschüssen werden zum einen die Steuern entrichtet, Privatentnahmen sowie die Bildung von Rücklagen für Weiterbildungen finanziert; eine weitere Verteilung der Geldmittel erfolgt nicht.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

B3.1 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Berichtsfragen

- Welche Sanierungsziele am/ im eigenen Betrieb haben ein soziales und ökologisches Verbesserungspotenzial?
- Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt und welche Förderprogramme können genutzt werden?
- Welche Investitionen wurden/werden konkret vorgenommenen?
- In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?

Berichtsantwort

Die Investitionen werden aufgrund der eigenen Motivation zum Klimaschutz gezielt im ökologischen Bereich getätigt und ausgebaut.

Der Beginn war der Kauf eines Genossenschaftsanteils bei der Waldgenossenschaft "The Generation Forest", um den globalen CO2 Impact zu reduzieren und die Natur, sowie die Bio-Diversität an Land zu schützen. Dieses Engagement soll mit Unternehmenserfolg in Zukunft ausgebaut werden, um weitere Anteile zu erwerben. Im Privatbereich wird als Altersvorsorge und für die 2 Söhne über die Umweltbank in Öko-ETF's investiert.

Weiterhin besteht meine ökologische Grundhaltung gerade darin, eine möglichst lange Nutzungsdauer zu erreichen. Die Prüfung auf Verzicht von Neuinvestitionen wird ebenso als Beitrag zur Ökologie- und Sozialverträglichkeit gesehen. Im Bereich der Technik wurde beispielsweise nach der Abwägung ökologischer Aspekte auf die Investitionen in ein Podcast-Studio und die dazugehörige Technik verzichtet.

Eine über Ökostrom betriebene Infrarotheizung wurde von der Verwaltung unserer Mietswohnung für das Arbeitszimmer großzügigerweise bezahlt. Somit laufen die Heizkosten für das Arbeitszimmer nicht über die Gasheizung, sondern für die Arbeitstätigkeit rein über nachhaltige Energie, welche ich dank einer smarten WLAN Steckdose für meinen gesamten Arbeitsplatz tracken und per WLAN Verbindung abschalten kann.

Für mobile Endgeräte wird nach Möglichkeit die Plattform refurbed.de genutzt, um den ökologischen Impact bei Investitionen zu verringern. Nach Defekt meines ersten Macbooks aus dem Jahr 2015, das eine erfreuliche Nutzungsdauer von 9 Jahren hatte, wurde im Berichtszeitraum über die Plattform ein gebrauchtes Macbook Pro angeschafft. Durch einen extern verursachten Haftpflichtschaden musste das seit 2021 genutzte iPhone 12 nach bereits 3 Jahren ersetzt werden. Ein moderneres iPhone 15 wurde ebenfalls bei refurbed.de angeschafft. [Refurbed.de](https://refurbed.de) hat eine vorbildliche Nachhaltigkeitssparte und überzeugt durch

seinen Impact. So konnte das Unternehmen seit der Gründung 317.000t CO2 einsparen, 1.042t E-Schrott einsparen und hat 107 Mrd. Liter virtuelles Wasser gespart (Quelle: nachhaltigkeit.refurbed.de).

Durch meinen Mitgliedsbeitrag zum Gemeinwohl-Ökonomie Nord e.V fördere ich die Bewegung an sich und indirekt die Transformation des ökologischen Bewusstseins der Gesellschaft.

Verifizierungsindikatoren

Investitionsplan inkl. des ökologischen Sanierungsbedarfs

04/24 - 03/25:

Geplante Investition	Betrag (in €)
Rest des Genossenschaftsanteils für 500m2 Wald bei "The Generation Forest"	1.410
Solar-Balkonkraftwerk (Schätzwert)	600

Realisierung der ökologischen Investitionen

04/24 - 03/25:

Getätigte Investition	Betrag (in €)	Anteil (in %)
1 Genossenschaftsanteil für 1.633€ bei The Generation Forest (500m2) in Ratenzahlung	253	91,5
Smarte WLAN Steckdose mit Strommessung per App	25,50	8,5
Infrarotheizung für das Arbeitszimmer (durch Verwaltung finanziert)	0	0

Finanzierte Projekte

Fonds-Veranlagungen

Es wurden über die Unternehmung in keine Fonds investiert. Privat wird für die Altersvorsorge der Kinder jeweils 100€ in Öko-ETF's bei der Umweltbank investiert.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Anfrage für PV auf dem Dach
Ich habe mit der Verwaltung und Solarherstellern prüfen lassen, ob auf dem Dach Solar lohnenswert wäre. Leider ist die Ausbeute durch die Position der Fenster begrenzt und eine Investition ist daher nicht attraktiv genug.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Balkonkraftwerk mit Solarenergie
Ich möchte im folgenden Berichtszeitraum die Installation eines Solar-Balkonkraftwerks prüfen. Der Anbieter SoliSolar in Hamburg könnte ein spannender Partner dafür sein.

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

Berichtsfrage

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

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

Berichtsantwort

Das Unternehmen bestätigt, dass sein Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut und keine mittelfristige Ausstiegsstrategie verfolgt wird.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

B4 Eigentum und Mitentscheidung

B4.1 Eigentum und Mitentscheidung

Berichtsfragen

- Wer sind die Eigentümer*innen, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?
- Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?
- Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer*innen gesichert und wie wird die neue Gemeinschaft auf diese Aufgaben vorbereitet?
- Wie hat sich die Eigentümer*innenstruktur in den letzten Jahren entwickelt, und wie wird die Veränderung abgesichert?

Berichtsantwort

Als Einzel-Unternehmung besteht die alleinige Entscheidungsbefugnis zwangsläufig beim Inhaber und ist alternativlos und deshalb trifft die Kategorie nicht zu.

In kooperativen Kontexten wie dem Gemeinwohl-Ökonomie Nord e.V. und dem Engagement in den Arbeitsgruppen werden Entscheidungen gemeinschaftlich und konsensorientiert getroffen. Sofern Mitarbeitende in Zukunft im Bereich Marketing, Vertrieb & Umsetzung eingestellt werden sollten, ist eine Karriereplanung elementar, sodass Mitarbeitende nach

belegbarer Verantwortungsübernahme, Identifikation mit der Mission und langfristig konstant positiven Beiträgen nach ca. 4-6 Jahren in die Eigentümerschaft gebracht werden können.

Ich stupe mich hiermit so ein, dass die Kategorie nicht bewertet werden kann.

Verifizierungsindikatoren

Verteilung des Eigenkapitals in folgenden Kategorien (Eigenkapitalstruktur in %)

04/24 - 03/25:

Eigentümer	Anteil (in %)
Unternehmer*innen	100
Führungskräfte	0
Mitarbeitende	0
Kund*innen	0
Lieferant*innen	0
weiteres Umfeld	0
nicht mittätige Kapitalinvestor*innen	0
Summe	100

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

B4.2 Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahme

Berichtsfrage

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

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

Berichtsantwort

Ich kann bestätigen, dass keine feindlichen Übernahmen erfolgt sind.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

C Mitarbeitende

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

C1.1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Berichtsfragen

- Wie kann die Unternehmenskultur im Unternehmen beschrieben werden?
- Welche Maßnahmen zu betrieblicher Gesundheitsförderung und zum Arbeitsschutz wurden umgesetzt, und wie werden sie evaluiert?
- Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von und beim Umgang mit Mitarbeitenden, und welche Betriebsvereinbarungen bzw. Maßnahmen gibt es bereits?

Berichtsantwort

Da ich als als Ein-Personen-Unternehmen selbst hauptverantwortlich auf meine Menschenwürde achten kann und tue, liegt hier für mich persönlich ein hoher Stellenwert auf die eigene Gesundheit und Menschenwürde aufzupassen. Das spiegelt sich in meiner smarten Selbstorganisation wieder und ein großer Wert wird auf die Gesundheit gelegt. Dabei soll vor allem die Effizienz gesteigert werden, bevor die Arbeitsleistung durch Stunden nach oben getrieben wird. Es liegt ein sehr hoher Grad an Selbstbestimmtheit vor und geschützt.

Darüber hinaus sind die Weiterentwicklung von Fähigkeiten, das Nutzen von Stärken, sowie die Durchführung von Projekten und der Aufbau von langfristigen Partnerschaften mit hohem Wirkungsgrad starke Motivatoren, um Freude und Sinn in der Tätigkeit zu finden und zu stiften. Erfolge und Projektabschlüsse werden mit dem Projektteam und Partnern auch gemeinsam z.B. beim Abendessen oder dem selbst initiierten GWÖ-Afterwork Abenden im Netzwerk gefeiert. Auch mit dem freiberuflichen GWÖ Berater*innen-Team aus Hamburg gibt es ein gemeinsames Weihnachtssessen im Dezember. Für Weiterbildungen wird ein fester Prozentsatz des Umsatzes von 5% beiseite gelegt.

Im Bereich der Gesundheitsförderung sind Maßnahmen weniger relevant für Mitarbeitende, als für die eigene Person in der Freiberuflichkeit. Jedoch wird ein hoher Stellenwert auf Gesundheit gelegt. Jedes Jahr wird ein Sehtest gemacht und eine neue passende Brille über eine private Krankenzusatzversicherung finanziert. Darüber hinaus mache ich seit einem Genickbruch im Juli 2022 regelmäßig 2-3 Mal pro Woche Kraft- & Beweglichkeitstraining mit Stretching und fahre regelmäßig mindestens 3x/Woche mit dem Dienstfahrrad. Ein höhenverstellbarer Schreibtisch sorgt für Ergonomie im Home-Office und beugt Risiken vor. Dadurch bin ich seit dem Vorfall seit 2023 symptomfrei und vollständig genesen. Bei Verspannungen gibt es eine Massage-Pistole, die genutzt werden kann. Darüber hinaus stärkt die wiedergewonnene Gesundheit den Sinn in der Tätigkeit als Nachhaltigkeits- & Gemeinwohlberater. Eine Reisetätigkeit wird auf ein gesundes Maß reduziert, sodass

möglichst Remote oder nur begrenzte Dienstreisen angesetzt werden. Innovativ und kreativ werden Teamevents für Kunden im Wald angeboten und wurden erstmalig im März 2025 durchgeführt. Weitere Events sind bereits im Endsommer 2025 geplant. Eine Elternzeitreise ist im Sommer 2025 als gesunder Ausgleich geplant und trotz Freiberuflichkeit umgesetzt.

In Bezug auf Mitarbeitende spielt die Berührungsgruppe C eine relativ geringe Rolle, wird jedoch bereits für die Zukunft vorgedacht, da Einstellungen für die Zukunft nicht ausgeschlossen werden und langfristige Partnerschaften basierend auf Werten ein primäres Erfolgsmerkmal der Unternehmenskultur sind. Der Drang zur Verbesserung und die Wissbegierde sind Grundpfeiler. Darüber hinaus werden Respekt, Augenhöhe, Offenheit und eine konstruktive Fehlerkultur in der Kommunikation fortlaufend gewürdigt.

Maßnahmen für die Arbeitssicherheit werden im Rahmen des Ökoprotit-Audits in 2025 überprüft. Jedoch sind im Home-Office keine akuten Gefährdungen entdeckt worden und die Arbeitssicherheit ist daher gegeben und gesichert.

Diversität spielt intern ohne Mitarbeitende keine direkte Rolle, jedoch findet die Haltung des Kosmopolitismus, bzw. Weltbürgertums große Zustimmung, in der die Welt die Heimat für alle ist. Diese gilt es zu schützen und für zukünftige Generationen zu erhalten.

Verifizierungsindikatoren

Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit

04/24 - 03/25: 1 Jahre

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

04/24 - 03/25:

Entwicklungsangebot	Mitarbeitende bzw. Führungsebene	Stunden pro Mitarbeitenden
Ökoprotit Workshopreihe	1	40
Webinare für Lösungen im Nachhaltigkeitsbereich	1	10
Babbel Sprachkurs App für Spanisch	1	2

Gesundheits-/ Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung)

04/24 - 03/25:

Altersgruppe	Gesundheits-/ Krankenquote (in %)
34	5

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

04/24 - 03/25: 0 Tage

Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle

04/24 - 03/25:

Unfallart / Ausmaß	Anzahl
Keine	0

Demografische Verteilung der Mitarbeitenden im Unternehmen in Hinblick auf Dimensionen der Diversität (zumindest nach den Kerndimensionen von Diversität: Alter, Geschlecht, Ethnie, körperliche/ psychische Einschränkungen, sexuelle Orientierung, Religion – sofern erhebbar und relevant)

04/24 - 03/25:

Nicht relevant

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

04/24 - 03/25:

Angebot und Inhalt	Stunden pro Mitarbeitenden
6x Massagen und 6x heiße Rolle für den Rücken	3

Durchschnittliche Karenzdauer von Müttern

04/24 - 03/25: 0 Monate

Nicht relevant

Durchschnittliche Karenzdauer von Vätern

04/24 - 03/25: 0 Monate

Im Berichtszeitraum gab es keine Karenzdauer, jedoch 1x für 3 Monate im Jahr 2022 und ein weiteres Mal sind 2 Monate nach dem Berichtszeitraum ab Mitte Juni 2025 geplant.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Mindestens 1 Fort- oder Weiterbildung pro Jahr planen:
Konsequenter das Budget für Fort- & Weiterbildungen einsetzen.

C1.2 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Berichtsfrage

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

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

Berichtsantwort

Das Unternehmen bestätigt, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

C2.1 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfragen

- Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster „lebenswürdiger Verdienst“ zusteht?
- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen?
- Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt?
- Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?
- Wie können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden?
- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen?
- Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?
- Welche Maßnahmen gibt es in der Organisation, um eine Work-Life-Balance zu gewährleisten?

Berichtsantwort

Für die Verhandlung der Arbeits- und Projektverträge ist ein lebenswürdiger Verdienst der wichtigste Faktor. Der Verdienst dient nicht nur dem aktuellen Lebensunterhalt und Ausgleich durch Urlaub, sondern auch der Altersvorsorge und der Absicherung potenzieller Nachforderungen bei Steuern sowie Überbrückungszeiten zwischen Kundenprojekten. Durch einen sparsamen Lebensstil und dem Verzicht auf Statussymbole kann der Lebensunterhalt gut bestritten werden. Der Verdienst wird zu 100% selbst bestimmt, da ich als Freiberufler den Verdienst in der Regel selbst verhandle.

Arbeitszeiten werden per Excel erfasst und in der Regel werden 8 Arbeitsstunden als voller Arbeitstag vergütet. Eine Woche besteht in der Regel aus 40h Arbeitsstunden. Darüberhinausgehende Arbeitsstunden werden nicht vergütet, es sei denn es gab einen

besondern Mehraufwand, der mit dem Kunden nachverhandelt wurde. Nach intensiven Arbeitsphasen werden Pausen genommen, um sich nach eigenem Ermessen wieder zu erholen. Jedoch hilft ein gesundes Maß an Bereitschaft für die Extrameile und damit temporär eingeschränkt Überstunden zu machen, um Partnerschaften zu stärken und das Ergebnis zu verbessern. Da die Gesundheit über den wesentlichen Erfolg der Unternehmung entscheidet, ist der Ausgleich und der maßvolle Umgang entscheidend. Dieser wird eingehalten und durch die unterdurchschnittliche Krankenquote positiv untermauert. Die Anpassung an bestimmte Lebensphasen und der gesunde Ausgleich sind ein wichtiger Bestandteil der eigenen Überzeugung. Nach einer geplanten Elternzeit von 2 Monaten im Sommer 2025 ist ein Wiedereinstieg in Teilzeit mit maximal 30h pro Woche mit Unterstützung von Elterngeld Plus in Planung, um ein konkretes Beispiel zu nennen. Im Berichtszeitraum gab es jedoch keine genommene Elternzeit oder Teilzeitmodelle in der Praxis.

Als Einzelunternehmer stehe ich mir selbst gegenüber in der Verantwortung, mir Zeit für die gesellschaftliche Teilhabe und Engagement möglich zu machen. Meine freiberufliche Arbeit als Nachhaltigkeitsberater erlaubt mir zeitliche Freiräume so zu nutzen, dass ich mich im ökonomisch gesunden Maße ehrenamtlich einbringen kann. Die Zeiteinteilung und Terminplanung ist daher 100% selbstbestimmt, da ich nicht weisungsbefugt bin.

Auch die Work-Life-Balance liegt zu 100% in meiner eigenen Verantwortung und ich achte darauf, dass ich über den Sport und Bewegung, sowie Zeit mit Freunden und Familie einen guten Ausgleich finde.

Verifizierungsindikatoren

Höchstverdienst

Nicht relevant, da es ein Einzelunternehmen ist.

Mindestverdienst

Nicht relevant, da es ein Einzelunternehmen ist.

Innerbetriebliche Spreizung (Verhältnis Höchst- zu Mindestverdienst)

Nicht relevant, da es ein Einzelunternehmen ist.

Medianverdienst

Nicht relevant, da es ein Einzelunternehmen ist.

Standortabhängiger "lebenswürdiger Verdienst" (für alle Betriebsstandorte)

04/24 - 03/25:

Standort	Lebenswürdiger Verdienst (in €)
Hamburg - Tagessatz	1.000

Zur Abdeckung der Lebenshaltungskosten inkl. der erforderlichen Rücklagen liegt der erforderliche Mindest-Tagessatz bei 990,00€. Nur bei NGO's wird eine Ausnahme gemacht.

Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z.B. 38 Stunden)

04/24 - 03/25: 40 Stunden

Tatsächlich geleistete Überstunden

04/24 - 03/25: 50 Stunden

Hierbei handelt es sich um eine Schätzung, jedoch sind Überstunden von 5-10h in einer Woche mit hohem Arbeitsaufkommen nicht ungewöhnlich. In der Regel wird versucht ein gesunder Ausgleich durch Freizeit zu finden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Verbesserung beim durchschnittlichen Tagessatz, um mehr für die familiäre Altersvorsorge zu machen:
In Anbetracht der guten Arbeitsergebnisse und der hohen Kundenzufriedenheit laut den vorhandenen Google Rezensionen können die Tagessätze im folgenden Berichtszeitraum adequat verhandelt werden und selbstbewusst vertreten werden.

C2.2 Negativ-Aspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfrage

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

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

Berichtsantwort

Das Unternehmen bestätigt, dass die Mitarbeitenden nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet werden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

C3.1 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

Berichtsfragen

- Welchen Wert legen das Unternehmen und die Mitarbeitenden auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz?
- Welche Verkehrsmittel benützen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?
- Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden, gibt es Weiterbildungsangebote?

Berichtsantwort

Das ökologische Bewusstsein ist ein Kernelement meiner unternehmerischen Strategie und des Geschäftsmodells. Deshalb ist hier eine hohe Offenheit für Optimierung und neue Best-Practices die herrschende Grundhaltung. Regionale Lebensmittel sind immer bevorzugt und nach Verfügbarkeit mit Bio-Qualität. Bei Firmenevents werden 2/3 oder mehr des Caterings vegetarisch angeboten und immer auf mindestens 1 vegane Option geachtet. Der Anteil an biologischen Lebensmitteln liegt bei mindestens 50%. Der Fleisch- und Fischkonsum ist gering und liegt bei unter 20%. Obst- und Gemüse sind immer vorhanden und Süßigkeiten werden nicht zur Verfügung gestellt.

Die Arbeitswege und Dienstfahrten können schätzungsweise um 30% "zu Fuß" im Home-Office reduziert werden, mit etwa 35% hat der ÖPNV die Nase vorne und danach entfallen 25% auf PKW und 3% auf gemischte E-Sharing-Angebote wie E-Motorroller, E-Scooter und Sharing-Fahrzeuge (72% E-Fahrzeuge). Die sonstigen 7% entfallen auf das Dienstfahrrad, das gerne gepaart mit einer guten Musik-Playlist genutzt wird, wenn es die Distanz hergibt. Das Deutschland-Ticket wird finanziert und wird nach Möglichkeit genutzt. Für Fernreisen gibt es die Bahncard 25, wo in den Vorjahren und einer vergangen Gründung in Hannover bereits der Goldstatus erreicht werden konnte. Außerdem werden Miles, Bolt und HVV Switch als Sharing-Anbieter für Mobilität genutzt.

Die Nutzung des betrieblichen Angebotes wird, bis auf das betrieblich genutzte KFZ (25%), durch nachhaltigere Alternativen der sonstigen Bereiche auf 75% zusammengefasst.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft

04/24 - 03/25: 50 %

Dieser Wert basiert auf einer Schätzung. Geschätzt sind es mindestens 50 % oder mehr, die ein Biosiegel tragen. Auf regionale und Bio-Qualität wird hoher Wert bei der Ernährung gelegt, sofern der Einkauf selbst im Supermarkt erledigt wird. Beim Essen außer Haus kann

schwer kontrolliert werden, daher liegt die Schätzung konservativ bei 50%. Fleischlos und ohne Fisch ist die Ernährung zu 80%.

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

04/24 - 03/25:

Verkehrsmittel	Anteil (in %)
zu Fuß	30
Rad	7
PKW	25
Öffentliche Verkehrsmittel	35
Summe	97

Diese Werte basieren auf Schätzungen. Ergänzend sind noch Sharing-Angebote mit etwa 3% zu ergänzen (mehr Details in E3).

Nutzungsgrad des ökologischen Betriebsangebots der Mitarbeitenden

04/24 - 03/25: 75 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Mehr Daten sammeln, um weniger Schätzwerte zu haben:
Hier können im Bereich Mobilität und Ernährung noch besser Daten gesammelt und ausgewertet werden.

Solidarisches und lokales Öko-Anbau Projekt suchen und nutzen

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

Berichtsfrage

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

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

Berichtsantwort

Das Unternehmen bestätigt, dass im Unternehmen weder Verschwendung von Ressourcen gefördert noch unökologisches Verhalten geduldet wird.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

C4.1 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Berichtsfragen

- Welche wesentlichen/ kritischen Daten sind für die Mitarbeitenden leicht zugänglich?
- Wie werden Führungskräfte ausgewählt, evaluiert und abgesetzt? Von wem?
- Welche wesentlichen Entscheidungen können die Mitarbeitenden mehrheitsdemokratisch oder konsensual mitbestimmen?
- Welche Erfahrungen wurden bisher mit mehr Transparenz und Mitbestimmung gemacht?

Berichtsantwort

Nach Selbsteinschätzung trifft diese Kategorie für die Einzelunternehmung nicht zu und ist daher nicht relevant beantwortbar.

In Kundenprojekten und mit Partnern pflege ich jedoch die Aspekte Mitentscheidung und Transparenz, um gemeinsam erfolgreich zu arbeiten.

Besonders in Projektteams, die Nachhaltigkeitsdaten zusammentragen ist das ein Schlüssel zum Erfolg. Deshalb versuche ich stets durch Partizipation Brücken zu bauen, um menschliche Barrieren in Organisation zu überwinden.

Verifizierungsindikatoren

Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung)

Als Einzelunternehmung nicht relevant.

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

Als Einzelunternehmung nicht relevant.

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

Als Einzelunternehmung nicht relevant.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- **Mitarbeitende mit Gemeinwohlorientierung und Nachhaltigkeits-Mindset rekrutieren:**
Frühestens nach 3 Jahren nach der Gründung denkbar ab 2027 denkbar.

C4.2 Negativ-Aspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Berichtsfrage

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

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

Berichtsantwort

Das Unternehmen bestätigt, dass keine Verhinderung des Betriebsrates vorliegt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

D Kund*innen und Mitunternehmen

D1 Ethische Kund*innenbeziehungen

D1.1 Ethische Kund*innenbeziehung

Berichtsfragen

- Wie werden neue Kund*innen gewonnen und wie Stammkund*innen betreut?
- Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kund*innennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?
- Welche Kund*innengruppen haben einen erschwerten Zugang zu den Produkten und Dienstleistungen? Was wird getan, damit diese auch in den Genuss der Produkte/ Dienstleistungen kommen können?

Berichtsantwort

Eine ethische Kundenbeziehung wird bei mir mit der Nachhaltigkeitsberatung von greenpulse.io in beidseitiger Richtung gewünscht und gepflegt. Sowohl Kund*innen, als auch ich gehen bei der Leistungserbringung durch ein Kennenlerngespräch stets mit Offenheit für Verbesserungen und einem Interesse an einer langfristigen Partnerschaft, sowie einem gegenseitigen Respekt ins Rennen.

Die Kundenzufriedenheit steht an erster Stelle und die Qualität wurde initiativ in einem QM Handbuch festgehalten und angehängen. Darin definiert ist auch der Prozess zur Verbesserung der Dienstleistung und zur Kundenpflege. Das Handbuch wurde von der BAFA (Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle) geprüft und anerkannt, sodass hier hohe Standards an die eigene Arbeit angelegt werden.

Zur Zielgruppe gehören vor allem KMU, bevorzugt im Social Impact-Bereich, jedoch sind auch Genossenschaften oder NGO's im möglichen Rahmen. Auch größere Projekte bei Großunternehmen sind möglich, jedoch bevorzugt mit Co-Berater*innen. Ich habe derzeit keinen Hauptkunden von denen ich abhängig wäre und kann somit sehr unabhängig agieren und freue mich über Kunden mit dem Anspruch gesellschaftlich etwas zu verändern. Ich

freue mich über Herausforderungen, um Unternehmen sozial und ökologisch nachhaltiger zu gestalten.

Rüstungsunternehmen und die Zigarettenindustrie werden jedoch bewusst nicht unterstützt, da sie nicht den Werten des Unternehmens entsprechen. Nachweislich verfassungsfeindliche Gruppierungen werden vom Angebot ebenso ausgeschlossen. Auch behalte ich mir offen, Kund*innen abzusagen, wenn die Wertepassung begründet nicht gegeben ist. In der Regel können diese Unternehmen an Mitunternehmen weiterempfohlen werden, sofern eine ernsthafte Motivation zur Transformation erkannt werden kann.

Die Gewinnung von Kund*innen erfolgt überwiegend durch aktives Netzwerken und Empfehlungen. Dazu dienen Events, Vorträge, Stammtische, Webinare, Netzwerktreffen, E-Mails und Kaltakquise. In Zukunft soll mehr Reichweite via Social Media und Online-Marketing aufgebaut werden. hierzu gab es im Berichtszeitraum erste Erfahrungswerte mit Canva, weiteren AI Tools, Instagram sowie LinkedIn Ads und einem Tool zur Erstellung von Online-Funnel's vom Berliner Startup Perspective.co. Die Ausgaben in dem Bereich sind jedoch mit 1.000€ noch gering.

Seit dem Beginn meiner ersten Selbständigkeit habe ich langfristige Partnerunternehmen, die ich wiederholt im Bereich Kommunikation mit Führungs- & Teamworkshops oder bei Digitalisierungsprojekten begleite. Die langjährigen Kontakte werden durch Einladungen und gelegentliche Treffen oder Telefonate gepflegt.

Im Berichtszeitraum durfte ich mit dem neuen Fokus der Nachhaltigkeitsberatung bei den folgenden Unternehmen bei der Erstellung eines Gemeinwohlberichts als Co-Berater in Zertifizierung mit der Beratung beginnen, welche noch fortlaufend sind: CE+CO (Hospitationsprojekt mit Wolf Oeding) und mit Gerd Lauermann: Wildwuchs-Brauwerk, Die Hafenoptiker, Holzhandlung Herbst, IBK. 2 weitere Unternehmen sind bereits in konkreter Planung.

Ich arbeite stetig daran, die Software-Angebote im Bereich der Nachhaltigkeit auch für Kunden individuell empfehlen und implementieren zu können. So habe ich Partnerschaften mit Goodbalancer für GWÖ Berichterstattung, mit uptodate für KI-gestützte freiwillige VSME-Berichterstattung und mit Leadity für verpflichtende CSRD-Berichterstattung nach europäischen Richtlinien aufgebaut. Goodbalancer wird in Zukunft auch VSME und CSRD abdecken können und Leadity auch GWÖ abdecken können. Das macht die Tools besonders für unterschiedliche Kundenbedürfnisse attraktiv.

Auch mit Mitunternehmen und Nachhaltigkeitsberater*innen aus Hamburg, vor allem aus dem GWÖ-Kontext wird ein kollegiales Verhältnis gepflegt, um sich gegenseitig bei dem übergeordneten Ziel zu unterstützen und sich durch Best-Practices bei der Unternehmensansprache zu stärken. Der Markt gibt aus meiner Sicht genügend Arbeit für alle her, daher gilt es vor allem unentlohnte Unternehmen zu begeistern und ihnen ökonomische Potenziale durch nachhaltige Geschäftspraktiken aufzuzeigen. Beginnend bei der Einsparung von Ressourcen bei Stromkosten oder der Bindung und Gewinnung von nachhaltig motivierten Mitarbeitenden, die sich mit einem Unternehmen mit Beitrag identifizieren können. Diese Art der Auftragsbeziehungen stellt sicher, dass der Kundennutzen vor meinem Umsatzstreben liegt, da ich als Freiberufler nur beauftragt werde, wenn die Kund*innen einen Nutzen davon haben und die Zusammenarbeit weiterempfohlen wird. Deshalb ist die Kundenzufriedenheit und das Kundenerlebnis ein wesentlicher Fokus.

Auch die Gemeinschaft von bestehenden Kunden und bereits bilanzierten Unternehmen zu pflegen und zu erweitern, um daraus Strahleffekte zu generieren, ist ein entscheidender Faktor, um Inspiration zu stiften und neue Unternehmen zu gewinnen. Es ist eine gute Ergänzung für die Zielgruppe, eine Unternehmer*in als Referenz aus der Praxis auf einer Bühne oder bei einem Event reden zu hören, welche/r den Weg schon gegangen ist. Daher werden Events mit Impuls-Vorträgen weiterhin ein gutes Mittel sein. Auch der Besuch von Fachvorträgen und Messen der Mitunternehmen sowie von Verbänden wie der Umweltbehörde oder der Handelskammer sind sehr spannend, um im Austausch zu bleiben. Gerade von europäischer Seite ändert sich die Gesetzesgebung sehr regelmäßig. Hierzu möchte ich als Experte aussagefähig sein, wenn ich mit potenziellen Kunden im Austausch bin.

Um Unternehmen verschiedener Größen und Ausrichtungen beraten zu können, nutze ich ein solidarisches Preismodell, das sich anhand der Anzahl der Mitarbeitenden und am Umsatz bemisst. Der Tages- oder Stundensatz steigt in Relation zur Kaufkraft des Unternehmens und des Impacts. Dabei liegt der Tagessatz zwischen 1.000 und 2.400€. Dadurch kann eine konkrete Förderung von benachteiligten Kund*innen ermöglicht werden, die sich das Angebot nicht leisten könnten. Im Berichtszeitraum konnte ich dieses solidarische Modell in der Zusammenarbeit mit einer Genossenschaft zur Anwendung bringen. Es handelte sich im Berichtszeitraum bisher um 1,5 Tagessätze, die solidarisch angepasst werden konnten. Das Ziel ist jedoch eine gute Bezahlung zu verhandeln, die dem Umsatz und der Größe des Unternehmens entspricht, sowie dem Marktpreis gleicht oder übersteigt, sofern der Mehrwert im Vergleich zum Wettbewerb auch qualitativ argumentiert werden kann. Unter Marktpreisen zu arbeiten ist absolut nicht zu empfehlen, da es das Überleben der Mitunternehmen und des eigenen Unternehmens mittelfristig erschwert und dem Wert der Branche schadet.

Verifizierungsindikatoren

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

04/24 - 03/25:

Maßnahmen	Budget (in €)	Anteil (in %)
LinkedIn Ads	322,05	32
Instagram Ads	12	1
Perspective Online-Funnel Tool	499,64	50
Canva - Visitenkarten + Sticker	59	6
10web - Homepage	108,28	11

Fixe Bestandteile der Bezahlung von Verkaufsmitarbeitenden

04/24 - 03/25: 0 %

Keine Verkaufsmitarbeitenden eingestellt. Es wäre aber nach 3 Jahren Marktreife denkbar.

Umsatzabhängige Bestandteile der Bezahlung von Verkaufsmitarbeitenden

04/24 - 03/25: 5 %

Nicht relevant durch fehlende eigene Verkaufsmitarbeitende. Bei Empfehlung werden 5% Akquise-Vergütung nach Bezahlung des Auftrages angeboten. Bei Jahresverträgen sind auch 10% denkbar. Essenseinladungen sind jedoch von mir selbst und auch im Netzwerk gerne gesehen und machen mir selbst viel Spaß, da es ein gemeinsames Erlebnis schafft und persönlicher ist.

Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: ja/ nein?

04/24 - 03/25: Nein

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

04/24 - 03/25: 1,5 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- **Ausbau von Social Media durch Videos mit Wissen und Unterhaltungswert:**
Social Media soll ab Sommer 2025 durch den Einsatz von AI als zusätzliches Marketinginstrument erfolgreich bespielt und ab 2026 sollen erste Umsätze durch Neukunden von Social Media erwirtschaftet werden.

D1.2 Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen

Berichtsfrage

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

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

Berichtsantwort

Ich betreibe Werbemaßnahmen in sehr begrenztem Rahmen und ausschließlich ethisch korrekt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

D2.1 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

Berichtsfragen

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

Berichtsantwort

Ich lege großen Wert auf die Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen und heiße sie willkommen. Die Chance der Kooperation kann sich insbesondere in der gegenseitigen Vermittlung von Aufträgen mit anderen Berater*innen sowie im fachlichen Austausch und Sparring zu spezifischen inhaltlichen oder organisatorischen Fragestellungen gestalten.

Im Berichtszeitraum habe ich jedoch keine Aufträge an befreundete Berater*innen weitergeleitet. Allerdings habe ich in GWÖ-Projekten, die etwa 12% Gesamtumsatzes beigetragen haben zu 100% gemeinsam mit Kooperationspartner*innen durchgeführt, wodurch 12% meines Gesamtumsatzes im Rahmen von Kooperationen erzielt wurden. Seit Anfang 2023 engagiere ich mich beim Gemeinwohl-Ökonomie Nord e.V. und setze mich aktiv für eine ethische und nachhaltige Wirtschaftsweise ein. Diese Tätigkeiten realisiere ich in enger Zusammenarbeit mit anderen GWÖ-Berater*innen in ehrenamtlicher Tätigkeit, welche schätzungsweise 20% der Zeit einnimmt.

Darüber hinaus bin ich im Arbeitskreis Beratung der GWÖ-Regionalgruppe Hamburg tätig und teile dort regelmäßig mein Wissen, um die Qualität der Beratungsleistungen gemeinsam zu verbessern und anderen Erfolgsstrategien für die Akquise zur Verfügung zu stellen, um die Bewegung zu stärken.

Ich stehe solidarischer Unterstützung von Mitunternehmen grundsätzlich offen gegenüber. Im Berichtszeitraum gab es jedoch keine entsprechenden Anfragen, und es wurden daher weder finanzielle Mittel, noch Arbeitskräfte an andere Unternehmen weitergegeben.

Verifizierungsindikatoren

Wie hoch ist der investierte Zeit- und/oder Ressourcenaufwand für Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens – in Stunden/ Jahr?

04/24 - 03/25: 0 Stunden

Keine Daten vorhanden

Wie hoch ist der investierte Zeit- und/oder Ressourcenaufwand für Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens – als %-Anteil?

04/24 - 03/25: 0 %

Keine Daten vorhanden

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

04/24 - 03/25:

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

In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen?

04/24 - 03/25:

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

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

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

Die GWÖ Bewegung selbst kann mit der GWÖ-Matrix als Initiative zur Erhöhung des Branchenstandards verstanden werden.

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

04/24 - 03/25:

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

Aktuell wurden keine Arbeitskräfte an Mitunternehmen vergeben.

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

04/24 - 03/25:

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

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

04/24 - 03/25:

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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Kreislaufwirtschafts-Kooperation prüfen
- Weiterbildungs-Partnerschaften aufbauen
- Mit anderen Unternehmen in der Branche / Region gemeinsame Events anbieten

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

Berichtsfrage

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

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

Berichtsantwort

Das Unternehmen bestätigt, dass auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen komplett verzichtet wird.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

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

Berichtsfragen

- Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen?
- Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert?
- Wie sind Konsistenz, Effizienz und Suffizienz im Geschäftsmodell verankert?
- Durch welche Strategien und Maßnahmen wird maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?
- Wie wird die maßvolle Nutzung in der Kommunikation mit Kund*innen gefördert?

Berichtsantwort

Die ökologischen Auswirkungen werden systematisch mit dem GWÖ-Bericht erfasst und über die Homepage zur Verfügung gestellt, um Transparenz zu schaffen. Das Umweltleitbild, das von mir und der Unternehmung verfolgt wird, zielt auf die langfristige Klimaneutralität ab und darüber hinaus klimapositiv zu werden. Dazu werden systematisch Daten gesammelt und Optimierungspotenziale realisiert. Darüber hinaus nehme ich am Ökoproft Energieaudit teil, um hier mehr Know How zu gewinnen und den Impact zu optimieren.

Ich biete bisher ausschließlich Beratungsleistungen und Dienstleistungen an, die immaterieller Natur sind – das heißt, es geht um Wissen, Erfahrung und Austausch, nicht um

physische Produkte. Meine Arbeit findet entweder direkt bei meinen Kund*innen vor Ort oder in meinem eigenen Büro remote statt.

Die direkten ökologischen Auswirkungen meiner Tätigkeit entstehen vor allem durch meine Anreise zu den Unternehmen oder Netzwerkaktivitäten, sowie durch den Energie- und Materialverbrauch im Büro. Mir ist es ein starkes Anliegen, diese Auswirkungen so gering wie möglich zu halten und Klimaneutralität zu erreichen.

Deshalb setze ich bevorzugt auf nachhaltige Mobilität: Ich reise mit der Bahn (Bahncard), nutze den öffentlichen Nahverkehr oder das Fahrrad und nutze Sharing-Dienste bei Bedarf mit einem überwiegenden Anteil an E-Antrieben. Nur mein KFZ läuft als Camper mit Diesel. Mein Büro läuft zu 100 % mit Ökostrom, und ich achte auf einen insgesamt niedrigen Energieverbrauch. Wo immer möglich, arbeite ich im Homeoffice per Video mit Kunden, um zusätzliche Fahrten zu vermeiden. Papier kommt bei mir fast ausschließlich in Form von Recyclingpapier zum Einsatz. Im Vergleich zu vielen anderen Beratungsanbietern hinterlässt mein Angebot daher einen deutlich kleineren ökologischen Fußabdruck. Transparenz ist mir wichtig: Ich spreche mit meinen Kund*innen offen über meine Reisegewohnheiten und ermutige sie, ebenfalls auf nachhaltigere Alternativen und bevorzugt virtuelle Meetings umzusteigen und auf Flüge innerhalb Deutschlands zu verzichten.

Auch indirekt hat meine Beratung ökologische Auswirkungen – vor allem über die Zielsetzungen der Projekte. Mit der Neuausrichtung meines Angebots auf nachhaltige Projekte und Unternehmen möchte ich meinen Impact noch weiter ausbauen: Mein Ziel ist es, mit meiner Arbeit positive ökologische messbare Effekte zu erzielen und bei meinen Kund*innen GWÖ- sowie CO2-Bilanzen aufstellen und die Werte durch aktive Maßnahmen verbessern.

Ich sehe aber noch Potenzial, insbesondere durch eine noch stärkere Fokussierung auf nachhaltige Projekte und die Empfehlung von effektiven Produkten jenseits des immateriellen Produktbereiches. Was für mich selbstverständlich ist: Ich arbeite sehr gerne und passioniert daran, meinen eigenen ökologischen Fußabdruck weiter zu verbessern, und vermeide bewusst Maßnahmen, die zu unverhältnismäßigen negativen Umweltauswirkungen führen und begleite meine Kund*innen auf der Reise zu mehr ökologischer Nachhaltigkeit.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Produktempfehlungen mit Fokus auf ökologische Nachhaltigkeit integrieren

Beispiele: Solar-Anlagen, Messtechnik, Software für CO2 Bilanzierung oder Berichterstattung

Referenzen von Kunden sammeln und den Impact durch die Zusammenarbeit messbar machen

Anhand der Zahl von indirekt gesparten CO2 Emissionen bei Kunden durch die Beratungsleistung und das Know How, könnte eine schöne Hebenwirkung dargestellt werden. Am Beispiel von PV Anlagen kann man z.B. sehr leicht ablesen, wie groß der Impact innerhalb eines Jahres ist. Ähnliche Daten könnten nach der Aufstellung einer erstmaligen CO2 Bilanz im Verlauf der Projektbegleitung getrackt werden.

Umweltdaten standardmäßig beim Kunden zur Verfügung stellen

Die CO₂-Bilanz könnte z.B. über den GWÖ-Bericht standardmäßig mit der Rechnung kommuniziert werden.

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

Berichtsfrage

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

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

Berichtsantwort

Das Unternehmen bestätigt, dass es keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen gibt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

D4.1 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz

Berichtsfragen

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

Berichtsantwort

Meine Beratungsleistungen gestalte ich zu 100% in enger Abstimmung mit meinen Kund*innen, sowohl vor, während und nach dem Projekt durch systematische Meilensteingespräche zum Fortschritt und der Zufriedenheit nach Ende des Projektes. Mir hilft es besonders, dass sie auch eigene Bedürfnisse und Wünsche vor Beginn, sowohl auf fachlicher, als auch auf emotionaler Ebene zum Ausdruck gebracht werden, um mit Ihnen gemeinsam ein Ziel festzulegen, auf das wir uns gemeinsam committen. Daher gebe ich gerne Mitsprachemöglichkeiten und weise im Zweifelsfall auch auf Grenzen meiner Dienstleistung hin, wenn die Wünsche den Rahmen oder das Budget sprengen. Damit gehe ich sehr offen und transparent um.

Wenn es um sozial-ökologische Verbesserungen geht, bin ich jederzeit offen für Anregungen von meinen Kund*innen. In der Praxis ist es allerdings meist so, dass ich selbst primär Vorschläge einbringe, wie wir gemeinsam noch nachhaltiger und sozialverträglicher arbeiten und wirtschaften können. Im Grunde bezahlen mich die Kunden auch dafür, um hier Impulse zu erhalten. Trotzdem ist es am schönsten, wenn selbst oder gemeinsam in Workshops neue Ansätze entwickelt werden können, die auch in die Tat umgesetzt werden. Häufig sehe ich meine ergänzende Aufgabe darin, an die Umsetzung und Implementierung der Ideen zu erinnern und diese in den unternehmerischen Alltag zu überführen und den Fortschritt zu verfolgen, da Kund*innen im Tagesgeschäft häufig nicht dazu kommen.

Besonders erfreulich ist daher das neue Angebot seit dem Frühjahr 2025 im Bereich "Teamtage im Wald" in der Heide vor den Toren Hamburgs, welches in Kooperation mit Kunden entstanden ist und sich dadurch etabliert hat und nun in der Breite angeboten und bereits nachgefragt wird. Ohne das Feedback von Kunden wäre es nicht entstanden. Daher bin ich weiterhin interessiert, im engen Austausch mit Kunden zu bleiben, welche ökologischen Lösungen für Kunden spannend sind, um hier innovativ sein zu können.

Die Preise für meine Leistungen lege ich immer im direkten Austausch mit meinen Kund*innen fest – sie sind also nicht pauschal veröffentlicht, sondern individuell abgestimmt. Im GWÖ Bericht sind sie somit dennoch grob zu erfassen und einzuordnen. Für NGO's und Organisationen halte ich an einem solidarischen Preismodell fest: Damit ermögliche ich auch Kund*innengruppen, die sich meine Beratung sonst vielleicht nicht leisten könnten, Zugang zu meinen Leistungen. Mir ist es wichtig, dass gute Beratung nicht am Budget scheitert, wenn die Zusammenarbeit sonst von Wertschätzung geprägt ist und es im Zusammenspiel in Projekten sehr gut harmoniert. Bei mittleren und großen Unternehmen gibt es eine klare interne Aufschlüsselung nach betriebswirtschaftlichen Zahlen, ob sie als Kleinst-, kleines, mittelgroßes oder Großunternehmen gelten. Dementsprechend ist die Preisgestaltung hier klar im Gespräch argumentierbar (Quelle: www.bwl-lexikon.de/wiki/unternehmensgroesse).

Verifizierungsindikatoren

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

04/24 - 03/25: 1

Teamtage im Wald, die mit Teambuilding, Aufforstung oder dem Bau von Insekten-Hotels zur sozial-ökologischen Verbesserung beitragen, sind durch die Mitwirkung von einem Kunden entstanden. Davon werde ich nach den guten Erfahrungen gerne mehr umsetzen.

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

04/24 - 03/25: 0 %

Im Rahmen der Dienstleistungen gibt es keine auszuweisende Inhaltstoffe.

Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes)

04/24 - 03/25: 0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Feedback-Bögen den Rechnungen beilegen

Durch mehr Feedback und gezielter Nachfrage bei Kund*innen z.B. nach Abschluss eines Projektes, können neue Innovationen kreiert werden, die dem Kunden helfen und genau passen, sowie einen Beitrag zur mehr sozial-ökologischer Verträglichkeit leisten.

Preisgestaltung auf der Homepage für Kleinst-, mittelgroße und Großunternehmen und NGO's transparent gestalten.

Reiter einfügen, um hier Transparenz zu schaffen.

D4.2 Negativ-Aspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Berichtsfrage

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

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

Berichtsantwort

Das Unternehmen bestätigt, dass die Produkte keine Schadstoffe enthalten, die Kunden und Umwelt belasten und dass auch keine schädlichen Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte entstehen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

E Gesellschaftliches Umfeld

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

E1.1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

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

- Welche der Produkte und Dienstleistungen sind Luxusprodukte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenschädliche Produkte des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können?
- In welcher Form dienen unsere Produkte und Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?
- Welche gesellschaftlichen und ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch unseren Produkte und Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert (Orientierung an UN-Entwicklungszielen, siehe vertiefende Online-Informationen)?

Berichtsantwort

Ich biete mit der Marke Greenpulse.io Lösungen im Bereich Nachhaltigkeit und Gemeinwohl für Unternehmen B2B an und sehe daher einen direkten Impact für die Gesellschaft. Der gesellschaftliche Nutzen liegt in der Förderung einer nachhaltigen Energiewirtschaft, der Reduktion von CO₂-Emissionen und der Unterstützung von Unternehmen sowie Privatpersonen beim Übergang zu klimafreundlichen Energiekonzepten, sowie zur Steigerung des Gemeinwohls nach dem GWÖ-Prinzip. Dies trägt zur Bekämpfung des Klimawandels bei und fördert eine nachhaltige Entwicklung von Gesellschaft und der messbaren Steigerung des Gemeinwohls. Darunter fallen auch Verbesserungen bei der sozialen Haltung gegenüber Mitarbeitenden durch Kommunikationstrainings und Teamworkshops, sowohl für Führungskräfte, als innerhalb von Teams. Eine Supervision innerhalb von Projekten, um zwischenmenschliche Barrieren zu überwinden und Zusammenarbeit zu stärken, sind fester Bestandteil meiner Dienstleistung, außer sie wird bewusst exkludiert.

Meine Dienstleistungen mit greenpulse.io adressieren zentrale Herausforderungen wie den Klimawandel, die Energiekrise und die Notwendigkeit einer dezentralen Energieversorgung. Durch die Bereitstellung von Expertise im Bereich der Organisationsentwicklung und der erneuerbaren Energien hilft das Unternehmen, fossile Brennstoffe zu ersetzen, Energieautarkie zu fördern und Kosten für Endverbraucher zu senken, sowie einen messbaren Beitrag zum Gemeinwohl zu fördern, sowie gezielt Social Impact Unternehmen zu unterstützen.

Der Anspruch besteht darin, Stakeholder wie Kunden, Gemeinden und Partnerunternehmen aktiv einbinden, um sicherzustellen, dass die angebotenen Lösungen auf deren Bedürfnisse abgestimmt sind. Dies kann durch Beratungen, Workshops, Events und Social Media vorangetrieben werden. Der Nutzen wird durch KPIs wie eingesparte CO₂-Emissionen, z.B. Anzahl umgesetzter Nachhaltigkeitsprojekte, eingesparte Ressourcen, installierte Anlagen und Kundenzufriedenheit gemessen werden. Eine regelmäßige Berichterstattung über diese Indikatoren wird mithilfe des GWÖ Berichtes abgedeckt, systematisch gemessen und verbessert.

Dienstleistungen über die Marke greenpulse.io erfüllen mehrere der neun Grundbedürfnisse nach dem Modell von Manfred Max-Neef, indem sie Unternehmen dabei unterstützt, Nachhaltigkeitsstrategien zu entwickeln und umzusetzen. Hier ist eine Analyse, wie die Dienstleistungen von greenpulse.io diese Bedürfnisse adressieren:

1. Subsistenz - Indirekt durch die Förderung nachhaltiger Projekte, die den Zugang zu sauberer Energie und Ressourcenschonung ermöglichen.

2. Sicherheit - Unterstützung bei der Risikominimierung für soziale und ökologische Aspekte sowie bei der Stabilisierung von Unternehmen durch nachhaltige Strategien und mehr Energieautarkie für den Wirtschaftsstandort Deutschland.
3. Zuneigung - Förderung von Teamarbeit und Zusammenarbeit innerhalb von Unternehmen durch Workshops und gemeinsame Nachhaltigkeitsprojekte, sowie Teamtage in der Natur.
4. Verständnis - Vermittlung von Wissen über Nachhaltigkeitstrends, Berichtsstandards und Impact-Maßnahmen durch Seminare und Vorträge.
5. Teilnahme - Einbindung von Mitarbeitenden und Stakeholdern in die Entwicklung und Umsetzung von Nachhaltigkeitsprojekten, wodurch aktive Mitgestaltung ermöglicht wird.
6. Freizeit - Indirekt durch die Förderung einer besseren Work-Life-Balance in Unternehmen, die auf nachhaltige Unternehmenskulturen setzen.
7. Kreativität - Ermöglichung innovativer Lösungen für Nachhaltigkeitsprobleme und Förderung kreativer Ansätze in der Projektentwicklung.
8. Identität - Stärkung der Unternehmensidentität durch die Integration von Nachhaltigkeit in die Unternehmenskultur und Werte.
9. Freiheit - Unterstützung bei der Selbstbestimmung von Unternehmen, indem sie ihre Nachhaltigkeitsziele definieren und umsetzen können.

Zusammenfassung:

Es wird wesentlich dazu beigetragen, gesellschaftliche Grundbedürfnisse zu erfüllen, indem Unternehmen befähigt werden, nachhaltige Maßnahmen umzusetzen. Dies fördert nicht nur ökologische und soziale Verantwortung, sondern stärkt auch die Lebensqualität durch Innovationen, Sicherheit und Zusammenarbeit. Die Verifizierungsindikatoren basieren auf einer Schätzung.

Verifizierungsindikatoren

Anteil in % des Gesamtumsatzes für erfüllte Grundbedürfnisse

04/24 - 03/25: 90 %

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

04/24 - 03/25: 10 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Entwicklung der Menschen

04/24 - 03/25: 30 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Entwicklung der Erde/ Biosphäre

04/24 - 03/25: 70 %

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

04/24 - 03/25: 100 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit Mehrfachnutzen bzw. einfachem Nutzen

04/24 - 03/25: 100 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit hemmendem bzw. Pseudo-Nutzen

04/24 - 03/25: 0 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit Negativ-Nutzen

04/24 - 03/25: 0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Code of Conduct an Kund*innen und Lieferant*innen versenden und Befragung ergänzen

Kund*innen und Lieferant*innen ihre Mehrwerte für die Gesellschaft selbst einschätzen lassen.

Purpose noch stärker bei Social Media und der Homepage herausstellen, um andere zu inspirieren.

Der Sinn könnte durch noch klarere Kommunikation auf der Website, in Marketingmaterialien und in Schulungen für Mitarbeitende vermittelt werden. Extern könnte dies durch Bildungsinitiativen, Partnerschaften mit NGOs oder öffentliche Veranstaltungen geschehen, die das Bewusstsein für erneuerbare Energien stärken.

E1.2 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfrage

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

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

Berichtsantwort

Ich kann bestätigen, dass keine der aufgelisteten menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen produziert oder verkauft werden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Ethikleitlinie / Code of Conduct durch konkrete Beispiele anreichern

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

E2.1 Beitrag zum Gemeinwesen

Berichtsfragen

- Welchen direkten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen zur Sicherung des Gemeinwesens (z.B. in Form von Ertragsteuern, Lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen)? Welche direkten materiellen Unterstützungen (z.B. Förderungen, Subventionen) erhält das Unternehmen andererseits?
- Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet? Worin besteht der Eigennutzen an diesen Aktivitäten?
- Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens?
- Wie stellt das Unternehmen sicher, dass illegitime Steuervermeidung oder Korruption und negativer Lobbyismus nicht begünstigt bzw. verhindert werden?

Berichtsantwort

Die Einkommensteuererklärung für das Jahr 2024 war zum Zeitpunkt der Berichterstellung noch nicht beschieden bzw. nicht fertiggestellt, die Steuern sind daher vorläufig ermittelt. Das Unternehmen hat zur Gründung im April 2024 für die ersten 6 Monate den Gründerzuschuss in Höhe von monatlich 2.367€ genutzt und erhalten. Das sind die einzigen Subventionen, die im Berichtszeitraum empfangen worden sind, welche jedoch selbstkritisch eingeordnet werden. Diese Subventionen haben zu Beginn enorm geholfen, den Einstieg zu schaffen und Zeit für das Networking und die Kundengewinnung zu schaffen. Dies sollte sich in den folgenden Jahren zwecks Abgaben in Form von Steuern jedoch wieder ausgleichen und ins Gegenteil umkehren. Es wurde im Umkehrschluss durch einen relativ hohen Anteil an Zeit im Ehrenamt, diese Leistung an das Gemeinwohl zurückzugeben.

Vor allem durch ein freiwilliges zeitliches Engagement im vergangenen Berichtszeitraum bin ich ehrenamtlich sehr aktiv gewesen. Ich bin seit 2 Jahren mindestens 1 Tag pro Woche ehrenamtlich tätig für den Gemeinwohl-Ökonomie Nord e.V. in der Hamburger AG Beratung und in verschiedenen Projektgruppen. Beispielsweise war ich aktiv im Orga-Team für das Unternehmensnetzwerk in Hamburg um Partnerschaften zu stärken und federführend bei der Einführung eines internen CRM-Systems, um das Netzwerk zu pflegen und zu vergrößern. Seit der Einführung konnten bereits 2 neue GWÖ-Unternehmen für eine Bilanzierung in 2025 gewonnen werden. Außerdem haben wir den GWÖ Unternehmenssalon mit Live-Events und Webinaren ins Leben gerufen, der 1x pro Quartal stattgefunden hat, um andere zu inspirieren, getreu dem Motto: „Tue Gutes und spreche darüber.“

Die Wirkung des Engagements für die GWÖ-Bewegung schätze ich als sehr wertvoll ein, da sie einen sehr konkreten Beitrag für eine höhere sozial-ökologische Verträglichkeit der Wirtschaft leistet und die Transformation des Wirtschaftsmodell zur einer Postwachstumsökonomie fördert.

Seltener bin ich noch ehrenamtlich im Fachkreis Nachhaltigkeit bei der DGQ (Deutsche Gesellschaft für Qualität) aktiv und halte dort ca. 2x/Jahr einen Fachvortrag zur Umsetzung

von Nachhaltigkeit in Unternehmen, zuletzt beim norddeutschen Qualitätstag im Juni 2024 an der FOM in Hamburg und bei einem Experteninterview online im Herbst 2024.

Ebenso habe ich für den Hamburger Zukunftsentscheid aktiv bei 2 Events zum Sammeln von Unterschriften eingesetzt und werde es auch in Zukunft fortsetzen.

Freiwillige finanzielle Spenden gab es im Berichtszeitraum für Greenpeace, BUND und dem Ehemaligenverein des Marion Dönhoff-Gymnasiums Mölln. Hinzu kommt der verpflichtende Mitgliedsbeitrag für den Gemeinwohlökonomie Nord e.V., der sich für 2024 als Einzelunternehmer auf 100€ pro Jahr belief und für 2025 bereits mit erhöhten 120€ berechnet wurde. Außerdem wurden 10€ für eine Greenpeace Patenschaft und 11€ für Geschenke als Baumspenden für Kunden bezahlt. Hinzu kommen 50€ für eine jährliche Spende beim BUND e.V. für den Naturschutz. Zusätzlich wurde Anfang 2025 zum Eigennutz ein Genossenschaftsanteil bei The Generation Forest in 2025 erworben, um 500m2 Wald zu schützen und CO2 zu kompensieren.

Unter Vorleistungen sind Umsätze von anderen Beratern oder Partnern zu finden, die im Rahmen von gemeinsamen Projekten über mich beim Kunden abgerechnet und entsprechend weiterberechnet worden sind. Das sind konkret 3.684,24€ die auf GWÖ-Berater*innen in Kooperationsprojekten entfallen, welche in den Zahlen berücksichtigt worden sind.

Mit dem mexikanisch-deutschen Musik-Kollektiv "Sonidos Unidos" wurden bei einer Musikveranstaltung im Hamburger Hafenklang am 07.03.2025 Spendengelder in Höhe von 1.186,86€ für das [Polylux.Network](#) generiert, die das Geld für Vereinsarbeit und lokale Projekte in den neuen Bundesländern einsetzen, um rechten Bewegungen entgegenzuwirken und Menschen in strukturschwachen Regionen vor Ort aktiv zu unterstützen. Die Raummiete in Höhe von 600€ Netto und sonstige Kosten wurde von greenpulse.io vorgestreckt und refinanziert, sodass hier kein Gewinn erwirtschaftet wurde. Das Engagement hat großen Spaß gemacht und wird voraussichtlich wiederholt werden.

Verifizierungsindikatoren

Erlöse

04/24 - 03/25: 43.237,82 €

Abgaben

04/24 - 03/25: 3.605,93 €

Hinweis: Der Steuerbescheid für 2024 ist noch ausstehend, es kann also noch zu Nach- oder Rückzahlungen kommen.

Subventionen

04/24 - 03/25: 14.202 €

Wertschöpfung

04/24 - 03/25: 23.444,38 €

Netto-Abgabenquote

04/24 - 03/25: 15,38 %

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen in % des Umsatzes

04/24 - 03/25: 50 %

Schätzwert

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen in % der Gesamtjahresarbeitszeit

04/24 - 03/25: 20 %

Schätzwert

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Spendenbudget definieren und verteilen

Im kommenden Berichtszeitraum könnte ein festgesetztes Spendenziel festgesetzt werden.

Dialog mit Lokalpolitiker*innen suchen

Nach ersten Gesprächen mit der SPD, den Grünen und Volt vor der Bundestagswahl und der Hamburger Wahl, kann hier der Kontakt vertieft und ein erstes gemeinsames Projekt anvisiert werden.

E2.2 Negativ-Aspekt: Illegitime Steuervermeidung

Berichtsfrage

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?

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

Berichtsantwort

Das Unternehmen betätigt, keine Praktiken zu illegitimen Steuervermeidung zu betreiben und werden zu 100% in Deutschland abgeführt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

E2.3 Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention

Berichtsfrage

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

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

Berichtsantwort

Das Unternehmen bestätigt hiermit, keine korruptionsfördernden Praktiken zu betreiben. Die einzigen Lobbying-Aktivitäten dienen der Förderung einer ökologisch nachhaltigeren Wirtschaft und der Förderung einer Gemeinwohl-Ökonomie, welche primär der Umwelt und der Gesellschaft nützt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

E3.1 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Berichtsfragen

- Welche negativen Umweltwirkungen in Bezug auf Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse?
- Welche Daten zu den wesentlichen Umweltwirkungen (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?
- Wie werden Umweltdaten veröffentlicht?

Berichtsantwort

Als Inhaber der Unternehmung greenpulse.io möchte ich besonders in diesem Bereich eine kontinuierliche Verbesserung vorantreiben. Im ersten Berichtszeitraum wurde ein Energieaudit bei Ökoproft initiiert, um eine Bestandsaufnahme zu machen und Handlungsfelder zu identifizieren. Damit möchte greenpulse.io Aktivitäten zur Reduzierung des ökologischen Impacts umsetzen und Kunden sowie Partnerunternehmen inspirieren. Ergänzend dazu wurde ein Umweltleitbild mit einer klaren Zielsetzung verabschiedet:

Als Nachhaltigkeitsberatung verpflichte ich mich persönlich mit der Unternehmung greenpulse.io zu höchsten Umweltstandards in der eigenen Geschäftstätigkeit. Das Ziel ist es, den ökologischen Fußabdruck des Unternehmens kontinuierlich zu reduzieren und als Vorbild für Kunden und Geschäftspartner*innen zu wirken. Das Unternehmen strebt eine

vollständige CO₂-Neutralität bis 2035 an und kompensiert kontinuierlich steigend unvermeidbare Emissionen durch zertifizierte Klimaschutzprojekte.

Es wird auf digitale Lösungen gesetzt, um Ressourcen zu minimieren, und es wird für die Zukunft auf den Ausbau und die Nutzung erneuerbarer Energien für den Betriebsablauf gesetzt. Geschäftsreisen werden, wo möglich, durch Videokonferenzen ersetzt oder mit umweltfreundlichen Verkehrsmitteln durchgeführt, sofern möglich und Lieferanten werden kontinuierlich geprüft und nachgefragte Services und Produkte step-by-step durch umweltverträglichere und gemeinwohlorientierte Alternativen ersetzt. Bei der Auswahl von Büromaterialien und IT-Equipment wird auf Langlebigkeit, Reparierbarkeit und Recyclingfähigkeit geachtet, um Kreislaufwirtschaftssysteme zu fördern. Die Unternehmung engagiert sich aktiv in lokalen Umweltinitiativen und fördert das Umweltbewusstsein der Kunden durch gezielte Impact-Beratungen und Begleitung der Veränderungsprozessen zur erfolgreichen Umsetzung in den Betriebsalltag. Durch Regelmäßige Überprüfungen und Anpassungen der Umweltleitlinie stellt das Unternehmen sicher, dass es stets auf dem neuesten Stand der Umwelttechnologien und -praktiken bleibt und eine stetige Weiterentwicklung durch Rezertifizierungen gefordert ist.

Da es sich bei der Nachhaltigkeitsberatung und der Begleitung von Projekten um eine reine Dienstleistung handelt, gibt es keine betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse. Die Verbrauchsgüter für Seminare sind Öko-Papier, bunte Whiteboard Marker und Magic Flipchart Papier, welche nur marginal ins Gewicht fallen. Die Arbeit findet im Home-Office am PC, mobil per Telefon oder beim Kunden vor Ort statt, somit kann häufig das Material vom Kunden genutzt werden. Bezogen auf die Umweltauswirkungen ist das Home-Office Teil der Privatwohnung, so dass die anteiligen Daten der Privatwohnung betrachtet werden, welche mit Ökostrom von Naturstrom betrieben wird. Die Infrarotheizung im Arbeitszimmer (11,5 m²) wird ebenfalls mit Ökostrom betrieben, sodass der Stromverbrauch leicht erhöht wird, jedoch durch Ökostrom gedeckt werden kann. Alle Stromverbraucher werden mit einem smarten WLAN Steckdosen-System getrackt und die Umweltdaten sind per App seit November 2024 abrufbar. Die Verbräuche für 2024 wurden aus dem Durchschnitt von November 2024 bis März 2025 gebildet. Insgesamt ergibt sich dabei ein durchschnittlicher Tagesverbrauch von 1,7664 kWh pro Tag bei durchschnittlich 220 Arbeitstagen. Dieser liegt durch den Betrieb der Infrarotheizung über dem Durchschnitt von 1,5 kWh pro Home-Office Mitarbeitenden laut der [aktuellen Strompreisanalyse des BDEW](#) (Stand Juli 2024). Die Heizung wird daher nur von Oktober bis März aktiviert. Per Smart Home App, kann die gesamte Stromzufuhr im Arbeitszimmer jederzeit deaktiviert werden, um den Energieverbrauch nach Feierabend auf Null zu reduzieren.

Der durchschnittliche Impact für CO₂ in kg für den gesamten Lebenszyklus eines Kubikmeters von Trinkwasser im Haushalt liegt laut einer [Studie zum "Carbon Impact of Water Consumption"](#) bei 6,9kg CO₂ pro 1m³ Wasser. Insgesamt werden somit bei 7,472 m³ Wasser konservativ geschätzt 51,56kg CO₂ im Home-Office für Trinkwasser im Berichtszeitraum verursacht. Bei durchschnittlich 220 Arbeitstagen bedeutet das einen täglichen Verbrauch von 0,03m³ Wasser pro Tag also 30l. Im Durchschnitt sind es in Deutschland pro Kopf 121 bis 126l pro Person im Home-Office.

Im Rahmen des Energieaudits für die Ökoprotit-Zertifizierung wurde besonders im Bereich Mobilität versucht in die Tiefe zu gehen. Für Dienstreisen wird bei greenpulse.io versucht den Impact zu reduzieren. Neben dem Home-Office sind für Netzwerkaktivitäten und Kundentermine vor Ort viele kleine Fahrten im Berichtszeitraum innerhalb Hamburgs

angefallen. Durch eine rechtzeitige Planung versucht, Emissionen durch die Art der Dienstleistung und des Transportmittels zu reduzieren. Die CO₂-Einsparung durch den Wegfall des Arbeitswegs ist oft deutlich höher als die zusätzlichen Emissionen zu Hause. Pro Home-Office-Tag werden im europäischen Schnitt laut dem [Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg](#) etwa 4 kg CO₂ eingespart (Netto-Effekt: Verkehr minus zusätzlicher Energieverbrauch zu Hause). Deshalb gilt vor Dienstreisen zu prüfen, ob diese gespart oder möglichst CO₂-arm anhand der internen Richtlinie für Dienstreisen ökologisch bewusster umgesetzt werden können:

1. Remote (Dienstreise entfällt)
2. Dienstfahrrad (CO₂ neutral)
3. Bahn und Bus (ÖPNV, HVV und DB)
4. Car-Sharing (in Hamburg)
5. E-Scooter und E-Roller von verschiedenen Anbietern (in Hamburg)
6. Privates & berufliches Diesel-KFZ (außerhalb Hamburgs, wenn keine Anbindung herrscht oder der Zeitverlust mit DB +2h beträgt)
7. Flüge werden innerhalb Deutschland bewusst ausgeschlossen.

Zu 3.)

Zu 4.) Für das Car-Sharing wurden die CO₂/km-Werte passend zu den Automodellen recherchiert und eher konservativ nach Realwerten von ADAC Prüfverfahren abgeleitet, da Herstellerangaben zumeist geschönt sind. Für den CO₂ Verbrauch durch Car-Sharing dient diese Übersicht. Dabei wurde zunehmend versucht auf Benzin zu verzichten und E-Fahrzeuge zu bevorzugen, sofern diese verfügbar waren und von der gesamten Fahrleistung von 396km im Berichtszeitraum wurden 72% E-Fahrzeuge mit niedrigeren CO₂-Werten benutzt.

Datum	Auto	Kosten €	Distanz km	CO ₂ in g/km	CO ₂ in kg
26.04.2024	Cupra Born	6,19	5	E: 106 g/km	0,530
13.07.2024	VW Polo GP	4,92	4	Benzin: 172g/km	0,688
13.07.2024	VW Polo GP	3,94	3	Benzin: 172g/km	0,516
02.08.2024	VW ID3	17,91	14	E: 96g/km	1,344
02.08.2024	VW Polo GP	8,90	10	Benzin: 172g/km	1,720
02.08.2024	VW Polo GP	27,08	13	Benzin: 172g/km	2,236
24.09.2024	Audi A4 Avant	22,07	7	Benzin: 154g/km	1,078
07.11.2024	VW ID3	9,88	12	E: 96g/km	1,152
18.11.2024	VW ID3	7,93	7	E: 96g/km	0,672
21.11.2024	SEAT Leon	12,88	12	Benzin: 135g/km	1,620
26.11.2024	Cupra Born	6,94	6	E: 106 g/km	0,636
03.12.2024	VW ID3	8,92	8	E: 96g/km	0,768
12.12.2024	VW Polo GP	39,99	7	Benzin: 172g/km	1,204

20.12.2024	VW ID3	9,96	7	E: 96g/km	0,672
16.01.2025	Audi A4 Avant	9,91	9	Benzin: 154 g/km	1,386
29.01.2025	VW ID3	6,94	6	E: 96g/km	0,576
30.01.2025	Cupra Born	7,93	7	E: 106 g/km	0,742
04.02.2025	VW ID3	7,93	7	E: 96g/km	0,672
18.02.2025	Cupra Born	4,96	4	E: 106 g/km	0,424
20.02.2025	Cupra Born	11,87	13	E: 106 g/km	1,378
27.02.2025	Audi A4 Avant	20,88	12	Benzin: 154 g/km	1,848
02.03.2025	VW Polo GP	5,95	5	Benzin: 172 g/km	0,860
05.03.2025	Audi A4 Avant	36,51	28	Benzin: 154 g/km	4,312
07.03.2025	Cupra Born	94,89	160	E: 106 g/km	16,960
12.03.2025	Cupra Born	23,17	18	E: 106 g/km	1,908
14.03.2025	Tesla Model 3	7,45	5	E: 91g/km	0,455
25.03.2025	VW ID3	7,93	7	E: 96g/km	0,672
Saldo		433,83€	396 km	72% elektrisch	47,029 kg

Zu 5.1) Für den CO2 Verbrauch in kg durch E-Motorroller vom Anbieter Emmy in Hamburg kann laut einer [Studie des Anbieters Dott](#) eine CO2 Äquivalente von 43g/km angenommen werden. Für die Kalkulation des CO2 Impacts dienen die Abrechnungen des Anbieters, deren Eckdaten hier vereinfacht zur CO2-Ermittlung dargestellt werden:

Rechnungsdatum	Kosten in €	Distanz in km	CO2 in kg
08.07.2024	6,28	5,4	0,232
11.07.2024	23,85	14,2	0,610
01.08.2024	6,28	5	0,215
26.08.2024	7,27	7	0,301
04.09.2024	43,26	31,8	1,367
08.10.2024	8,92	7,9	0,340
15.01.2024	4,30	3	0,129
04.02.2024	5,62	2	0,086
18.03.2024	2,98	2	0,086
Saldo	108,76€	78,3 km	3,366 kg

Insgesamt wurden hier nur 3,366 kg CO2 emittiert.

Zu 5.2) Für den CO₂ Verbrauch in kg durch E-Scooter vom Anbieter Bolt in Hamburg kann laut [Statista](#) eine durchschnittliche CO₂ Äquivalente von 45g/km angenommen werden, wenn man konservative Höchstwerte voraussetzt. Vergleichbare Werte werden von Statista und dem Fraunhofer-Institut bestätigt: Für E-Scooter-Sharing-Flotten in Deutschland liegt der Wert bei 40–45 g CO₂/km (0,04–0,045 kg/km), jeweils auf den gesamten Lebenszyklus gerechnet. Bolt gibt an, dass eine durchschnittliche Lebensdauer von 15.000 km erreicht werden kann. Hier die Übersicht zum eigenen Verbrauch, der recht gering ist:

Rechnungsdatum	Kosten in €	Distanz in km	CO ₂ in kg
23.04.2024	2,54	0,7	0,032
17.06.2024	3,09	1,0	0,045
17.06.2024	3,87	2,9	0,131
18.06.2024	4,05	0,6	0,027
17.01.2025	3,99	2,8	0,126
10.03.2025	3,76	3,4	0,153
16.03.2025	2,76	4,6	0,207
28.03.2025	3,99	0,7	0,032
31.03.2025	3,99	3,4	0,153
Saldo	32,04 €	20,1 km	0,906 kg

Durch E-Scooter wurden mit 0,906kg weniger als 1kg CO₂ verursacht.

Zu 5.3) Für den CO₂ Verbrauch in kg durch E-Scooter vom Anbieter HVV Switch in Hamburg kann laut [Statista](#) ebenfalls durchschnittliche CO₂ Äquivalente von 45g/km angenommen werden, wenn man konservative Höchstwerte voraussetzt. Jedoch kann bei der HVV Switch App nur die Fahrtdauer abgerufen werden. Daher wird bei einer Durchschnittsgeschwindigkeit von 20km/h vorausgesetzt, dass maximal 0,333km/min geschafft werden können. Das bedeutet, dass wir konservativ mit 45g*0,333km für eine Minute Fahrzeit, also 15g pro Minute kalkulieren können.

Hier die Übersicht zu den Fahrten und der Fahrtdauer laut Abrechnung:

Rechnungsdatum	Kosten in €	Distanz in Minuten
30.04.2024	2,09	5
30.04.2024	2,97	9
30.04.2024	5,61	21
01.05.2024	2,31	6
01.05.2024	3,63	12
10.05.2024	6,04	22
13.05.2024	1,87	4

13.05.2024	4,95	18
03.06.2024	6,27	24
03.06.2024	5,83	22
03.06.2024	1,43	2
12.06.2024	1,87	4
14.06.2024	2,45	5
15.06.2024	2,74	6
15.06.2024	2,75	8
15.06.2024	1,87	4
15.06.2024	5,61	21
18.06.2024	2,97	9
18.06.2024	2,97	9
04.07.2024	2,09	5
17.07.2024	1,65	3
18.07.2024	2,74	6
18.07.2024	6,51	19
25.07.2024	1,87	4
27.07.2024	4,51	16
02.08.2024	2,53	7
22.08.2024	12,50	46
03.09.2024	5,61	21
09.09.2024	3,85	13
09.09.2024	4,50	15
17.09.2024	1,75	3
19.09.2024	1,87	4
28.09.2024	5,83	23
30.09.2024	4,50	14
11.10.2024	2,75	8
28.10.2024	6,27	25
29.10.2024	4,07	14
08.11.2024	2,31	6
22.11.2024	3,41	11

01.12.2024	2,31	6
03.12.2024	1,65	3
05.12.2024	2,09	5
10.12.2024	5,17	19
10.12.2024	2,31	6
24.12.2024	1,21	1
24.12.2024	3,63	12
03.03.2025	2,75	8
06.03.2025	2,09	5
19.03.2025	2,31	6
Saldo	172,87€	545 Minuten

Daraus ergibt sich ein Gesamtwert 8,175kg CO₂ für eine Gesamtfahrtzeit von 545min bei einer Strecke von 181,67 km im betrachteten Berichtszeitraum.

Zu 6. KFZ) Für die Berechnung der CO₂ Werte mit dem privat und beruflich genutzten KFZ wurden die Spritabrechnungen vom Firmenkonto für eine Schätzung herangezogen. Dabei gehen wir von einem recherchierten durchschnittlichen Diesel Spritpreis für das Geschäftsjahr von 1,66€ pro Liter aus laut [ADAC](#) und [Statista](#). Somit wurde mit dem Gesamtbetrag von 687,72€ die Menge von geschätzten 414,3 Litern Diesel für die Dienstfahrten finanziert. Laut dem [CO₂-Emissionsbericht im Verkehrsbereich vom Deutschen Bundestages aus 2019](#) ein CO₂ Impact von durchschnittlich 2,65kg CO₂ pro Liter Diesel.

Datum	Kosten für Sprit in €
07.04.2024	52,96
25.06.2024	90,06
02.07.2024	165,34
25.08.2024	40,57
13.10.2024	50,10
03.11.2024	50,18
10.12.2024	30,03
12.12.2024	50,22
27.02.2024	69,81
02.03.2024	53,85
02.03.2024	34,60
Saldo	687,72€

Insgesamt verbrauchte das KFZ durch Dienstfahrten mit 414,3 Litern a 2,65kg CO₂ einen Gesamtwert von 1.097,9 kg als ca. 1,1t CO₂ und war der größte Verbraucher im Unternehmen (Verbrauch des Fiat Ducato 120 Multijet, Baujahr 2011: [8,3l / 100km im Schnitt](#)). Die geschätzte Gesamtstrecke liegt mit den Werten bei 4991,56 km, also knapp 5.000 km. Damit ist hier ganz klar, dass hier ein guter Hebel besteht, um CO₂ Werte zu senken.

Die gesamten Umweltdaten werden mit der GWÖ-Bilanz alle 2 Jahre veröffentlicht, um einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess beizubehalten und das langfristige Ziel der Klimaneutralität zu erreichen und den Fortschritt zu dokumentieren.

Verifizierungsindikatoren

Relevante Umweltkonten des Unternehmens

04/24 - 03/25:

Was?	04/2024 - 03/2025	CO ₂ in kg
Ausstoß klimawirksamer Gase (in kg):	Keine direkte Abgabe	0
Transporte (und dessen CO ₂ Äquivalent) (in km bzw. kg):	47,028 kg Car-Sharing, 3,366 kg E-Motorroller, 0,906 kg Bolt E-Scooter, 8,175 kg HVV Switch E-Scotter	59,5 kg
Benzinverbrauch (und dessen CO ₂ Äquivalent) (in Liter bzw. kg):	414,3 Liter Diesel (2,65kg CO ₂ pro Liter)	1.097,9 kg
Stromverbrauch (und dessen CO ₂ Äquivalent) (in kWh bzw. kg):	388,6104 kWh (Hochrechnung basierend auf gemessenen 161,921 kWh für 5 Monate)	0
Gasverbrauch (und dessen CO ₂ Äquivalent) (in kWh bzw. kg):	Keine	0
Heizenergie und Kühlenergie (in kWh/°C):	Keine	0
Verbrauch von Trink- und Regenwasser (in m ³):	7,472m ³ (13,076m ³ für 7 Monate gemessen, Hochrechnung auf 12 Monate =22,416m ³ Faktor 1/3, da 3 Personen den Verbrauch verursachen)	51,56 kg
Chemikalienverbrauch (in kg):	Keine	0
Papierverbrauch (in kg):	<250 Blatt (1 Paket Ökopapier a 500 Blatt = 2,2 kg CO ₂)	1,1
Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien (in kg):	- Magic Flipchart Papier: 4 Rollen pro Jahr, 100% recyclingfähig a	14,0

	3,1 kg pro Packung a 25 Blätter) = 12,4kg - Whiteboard Marker (8 Stk.): 2x pro Jahr a 0,8kg pro Paket = 1,6kg	
Kunstlichteinsatz (vorzugsweise in Lumen, ersatzweise in kWh + Art der Leuchtmittel):	nicht nennenswert	0
Schadstoffemissionen und sonstige Umweltwirkungen:	Keine Altlasten bekannt	0
Zwischensaldo für CO2 in kg		1.224,06 kg
Ausgleichsmaßnahme 1	500m2 Generationenwald in Panama über The Generation Forest ergeben eine jährliche Absorption von 1t CO2 pro Jahr	-1.000 kg
Ausgleichsmaßnahme 2 (geplante Reduktion durch Maßnahmen im Berichtszeitraum)	Aufforstungstag in der Heide: 500 Setzlinge Mischwald im Forst Rautenberg am 07.03.2025 (ca. 10% Überlebensrate und reduzierte Werte im ersten Jahr, durchschnittlich bis zu 5,1t CO2 in 10 Jahren)	-(133 kg in Jahr 1) -(217 kg in Jahr 2) -(299 kg in Jahr 3) - ...etc.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Ökostrom-Anbieter Wechsel

Im Berichtszeitraum wurde von Westphalen Windstrom zu Naturstrom gewechselt, um Kosten einzusparen.

Installation einer smarten WLAN Steckdose zur Messung und Steuerung im Home-Office

Mit genauen Daten kann hier die Messung am Arbeitsplatz genau gemessen und gesteuert werden.

Infrarotheizung mit Ökostrom-Betrieb

Vor dem Winter konnte eine Infrarotheizung installiert werden, die mit dem Ökostrom im Haus betrieben wird, um die Gasheizung im Haus für das Home-Office nicht nutzen zu müssen.

Erwerb eines Genossenschaftsanteils für 500m2 Generationenwald

Durch den Erwerb im Januar 2025 bei der Waldgenossenschaft "The Generation Forest" konnte der CO2 Impact des Unternehmens, um 1 Tonne/Jahr reduziert werden.

Aufforstungstag im Hamburger Umland

Am 07.03. konnten 500 Setzlinge Mischwald im lokalen Wald in der Heide mit dem Besitzer und dem Förster gepflanzt werden. Dadurch entsteht in folgenden Berichtszeiträumen eine kontinuierliche CO2 Absorption.

Aufforstungstag für den Kunden "The Generation Forest"

Am 07.03.2025 hat sich der Kunde "The Generation Forest" begeistern lassen selbst 1000 Setzlinge Mischwald bei einem Teamevent in Kooperation im selben Forst Rautenberg in der Heide zu pflanzen. Dadurch tritt ein indirekter Impact in Kraft, der nicht einkalkuliert, jedoch trotzdem erwähnt wird.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Einführung eines Fahrtenbuches für noch genauere Daten

Für den neuen Berichtszeitraum wird ein Fahrtenbuch eingeführt, um sich für den Verbrauch noch weiter zu sensibilisieren und den Verbrauch zu senken. Laut der CO2-Bilanz ist das private KFZ im Bereich Mobilität der größte Verbraucher gewesen, sodass hier am meisten Impact möglich ist. Für ÖPNV gibt es derzeit keine Daten, diese können in einem Fahrtenbuch ebenfalls separat aufgeführt werden. Auch Home-Office Tage sollen getrackt werden.

Weitere Teamtage und Aufforstungsprojekte in lokalen Forsten organisieren

Greenpulse.io möchte für sich pro Jahr mindestens 1 lokale Aufforstung im jeweils im Frühjahr durchführen und weitere Unternehmen begeistern, daran zu partizipieren. Meistens ist März der beste Monat für Aufforstungsaktionen, da die Wetterbedingungen nach den Frostmonaten besser werden.

Nutzung bzw. Ausbau von Solar- / Photovoltaik-Anlagen prüfen

Ein Balkonkraftwerk könnte für den Balkon spannend sein. Hier können Preise angefragt werden. Ein Angebot bei Soli Solar e.V. könnte in Hamburg angefragt werden. Hier ist ein Artikel, wo ein Beispielprojekt dargestellt wird, das mir sehr gut gefällt:
www.cleanthinking.de/solidarische-balkonkraftwerke-mieterstrom.

Ausweisung des CO2 Abdrucks jährlich auf der Homepage

Regelmäßige Updates werden auch veröffentlicht. Dazu wird ein eigener Bereich eingerichtet, um das Klimaziel transparent zu kommunizieren und zu verfolgen.

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

Berichtsfrage

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

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

Berichtsantwort

Es wird von greenpulse.io bestätigt, dass das Unternehmen nicht gegen Umweltauflagen verstößt. Im Berichtszeitraum fanden außerdem keine Flüge statt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

E4.1 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Berichtsfragen

- Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst, und in welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation, Zugänglichkeit für die Öffentlichkeit)?
- Wie können Bürger*innen in Dialog treten und gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?
- Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert, und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?

Berichtsantwort

Über das Kontaktformular auf der Homepage sowie über die Präsenz auf Xing und LinkedIn, sowie über die Kontaktdaten bei Google kann der Kontakt und sowie ein Termin bei Anfragen vereinbart werden. Auch haben wir am Briefkasten einen Aufkleber mit Logo und QR-Code, über den eine Terminvereinbarung stattfinden kann.

Meeting-Notizen werden bei Bedarf gemacht, bzw. sind in Nachrichtenverläufen via Mail, LinkedIn und Xing dokumentiert, jedoch nicht für die Öffentlichkeit zugänglich. In Zukunft werden vor allem öffentliche Events und Social Media in den Fokus gerückt, um innovative nachhaltige Lösungen auch für den Privatgebrauch zugänglich zu machen.

Aktuell werden keine wichtigen oder kritischen Informationen für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst bzw. darüber gesondert berichtet. Der GWÖ-Bericht wird nach der Auditierung auf der Homepage zur Verfügung gestellt. Durch das Engagement im Gemeinwohl-Ökonomie Nord e.V. gibt es häufiger Interaktionen Arbeitskreisen aus den Bereichen Bildung und Politik, sodass ich vor allem dort aktive Berührungspunkte und Kooperationen für öffentliche Events verzeichnen kann. Darüber wurde noch kein Buch geführt und kann in Zukunft verbessert werden.

Verifizierungsindikatoren

Veröffentlichung eines Gemeinwohl-Berichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung

04/24 - 03/25: Ja

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

04/24 - 03/25:

Mitentscheidungsgrad	Anteil der Mitentscheidung (in %)
0	0

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Gemeinwohl-Orientierung in Kund*innenkommunikation fest aufnehmen (z.B. in Veranstaltungen, Produktinformationen, in Verkaufsgesprächen)

Den Dialog mit Kund*innen und der Gesellschaft integrieren, wo es Sinn machen könnte.

Mit anderen Unternehmen in der Branche / Region gemeinsame Events für die Zivilgesellschaft anbieten

Das GWÖ Sommerfestival am 30.08. wird als Engagement von greenpulse.io, der Gemeinwohlökonomie Nord e.V. und dem Wildwuchs-Brauwerk in Hamburg ausgerichtet und der Dialog für die Gesellschaft mit anderen GWÖ Unternehmen angeboten.

Anderen Unternehmen der gleichen Region / Branche Mentoring / Wissensaustausch anbieten

Best-Practice Sharing und Dialog innerhalb der GWÖ Community z.B. durch öffentliche Events, Webinare oder themenbasierte Events zur Reduktion des ökologischen Impacts, sowie Social Media ausbauen. Konkret wird ein erstes Public Event mit Catering für bis zu 50 Personen während der Sustainable Conference Week Anfang Juni in Hamburg zum Thema "Bezahlbare nachhaltige Energie" mit SoliSolar und der GWÖ organisiert. Die Zielgruppe sind Zivilgesellschaft potenzielle Nutzer*innen von Balkonkraftwerken. Der Antrag für ein Sponsorship und die Teilnahme an der Sustainable Conference Week bei der Umweltbehörde BUKEA und die Initiative kam von greenpulse.io.

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

Berichtsfrage

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

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

Berichtsantwort

Ich bestätige, dass keine falschen Informationen über das Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene verbreitet werden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

Ausblick

Kurzfristige Ziele

Greenpulse.io möchte kurzfristig seine Kunden zu Stammkunden machen, im kommenden Berichtszeitraum doppelt so viele Unternehmen für die Nachhaltigkeitsberatung gewinnen, um seinen Unternehmenszweck zu erfüllen. Darüber hinaus soll in 2025 eine kurze Elternzeit von 2 Monaten realisiert werden und eine weitere Fort- & Weiterbildung ausgewählt werden. Im Bereich Social Media und AI möchte das Unternehmen stärker präsent werden und die Markt-Chancen nutzen.

Langfristige Ziele

Das Langfristige Ziel ist die eigene Klimaneutralität bis 2035. Nach den aktuellen Daten dürfte es schon vorher gelingen. Außerdem möchte das Unternehmen nach 3 Jahren Marktreife prüfen, ob erste Einstellung im Marketing oder Vertrieb möglich sind. Nach 5 Jahren soll das Unternehmen bereits erste Nachhaltigkeitsberater*innen selbst einarbeiten und eine bunte Palette an Referenzen vorweisen können. Als Umsatzziel sollte schnellstmöglich die 6-stellige Umsatzgrenze innerhalb von 5 Jahren erreicht werden. Das Angebot soll zunehmend digital ausgeweitet werden und durch Produktlösungen ergänzt werden, um gezielter CO2 Reduzierungen in Unternehmen schnell und zeitnah umsetzen zu können. Dafür werden Fort- & Weiterbildungen durchlaufen, um in 5-10 Jahren als Umweltauditor tätig werden zu können und die eigene Rolle wird nach und nach ersetzt und möglicherweise in Gemeinschaftseigentum oder an den Nachwuchs übergeben. Aktuell brenne ich darauf, weiterhin viele weitere Unternehmen zu begeistern und meine Talente und Stärken dazu einzusetzen, um Firmen zu Beginn der Reise zu mehr Nachhaltigkeit und Gemeinwohl vor Fallen zu beschützen und ihnen schnell zu ersten Erfolgserlebnissen zu verhelfen.

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

Der Gemeinwohl-Bericht kann zur nichtfinanziellen Berichterstattung gemäß EU-Richtlinie verwendet werden. Es ist Verantwortung des Unternehmens sicherzustellen, dass der Gemeinwohlbericht in der entsprechenden Tiefe und mit allen nationalen Erfordernissen der Umsetzung der Richtlinie erstellt wird.

In Österreich gilt das „Nachhaltigkeits- und Diversitätsverbesserungsgesetz (NaDiVeG)“, in Deutschland das „CSR-Richtlinien-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG)“.

Nachfolgend die wesentlichen Aspekte dazu kurz beschrieben:

- **Beschreibung des Geschäftsmodells:**

Das Geschäftsmodell besteht aus der Erbringung von Dienstleistungen, entweder in Form von Unternehmensberatung oder auch als externe Projektleitung. Dabei werden Geschäftsstrategien und Prozesse erarbeitet und es wird bei deren Umsetzung unterstützt. Wesentliche Erfolgsfaktoren sind Erfahrung und Wissen sowie strukturiertes methodisches Arbeiten.

- **Zweck des Unternehmens:**

Der *Zweck* des Unternehmens besteht darin, seine Kunden dabei zu unterstützen, in ihrer Geschäftstätigkeit nachhaltig erfolgreicher zu werden, da der Projekteinsatz vor allem in den Feldern Geschäftsentwicklung, Vertrieb & Marketing und Qualität erfolgt. Der *Nutzen* entsteht dadurch, dass die Kunden für ihre Endkunden Nachhaltige Lösungen entwickeln und selbst intern umsetzen. Dabei ist die Messbarkeit von Nachhaltigkeit und Gemeinwohl eine erste Hürde, nach der Maßnahmen und erste positive Effekte, bis hin zu strategischen Wettbewerbsvorteilen realisiert werden können. Außerdem sollen Unternehmen bei der Umsetzung von ehrgeizigen Klimazielen unterstützt werden.

- Politiken zur Einhaltung der gebotenen Sorgfalt in **Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelangen sowie Gewährleistung der Achtung der Menschenrechte und zur Bekämpfung von Korruption**

Mit Hilfe mindestens jährlicher Überprüfung der im Gemeinwohlbericht behandelten Gesichtspunkte sowie der Verfolgung der Umsetzung der dort gesetzten Ziele wird sichergestellt, dass diese Aspekte so weit wie möglich gewährleistet sind.

- Was sind die **primären Risiken der Geschäftsprozesse** in diesen Bereichen?
Aktuell keine bekannt

- Was sind die **primären Risiken der Geschäftsbeziehungen, Produkte und Dienstleistungen** in diesen Bereichen?

Denkbar wären Risiken im Bereich Vertrieb und Marketing, wo es zu *Korruption* kommen könnte (um Vorteile bei Auftragsvergaben zu erreichen); dies wird jedoch meist schon durch stringente Governance Prozesse bei meinen Kunden sichergestellt.

Weiterhin wäre denkbar, dass meine Kunden im Rahmen der Nachhaltigkeitsbewegung Produkte bzw. Lösungen entwickeln, die de facto nur ein *Green-Washing* sind, wobei ich jedoch meine Mitarbeit stoppen würde, wenn dies offensichtlich wird.

- Wie werden diese **Risiken gehandhabt**? Mit welchen Ergebnissen?

Bzgl. potenzieller Korruptionspotentiale halte ich mich streng an eigene Werte, d.h. keine Annahme von Gefälligkeiten, prüfe die bei meinen Kunden vorhandenen Regeln auf Vollständigkeit und Wirksamkeit und wirke darauf hin, dass Verbesserungen erfolgen, soweit erforderlich.

Erfolge: bisher keine Korruptionsfälle bekannt.

Bzgl. Green-Washing würde ich entweder darauf hinwirken, dass tatsächliche Nachhaltigkeit angestrebt wird und falls ich dies nicht erreichen kann, mein entsprechendes Mandat aufgeben.

Erfolge: bisher nicht an Green-Washing Produkten mitgearbeitet.

- Offenlegung relevanter **nicht-finanzieller Leistungsindikatoren**

- *Kundenbelange*: hohe Kundenzufriedenheit (schnelle Einarbeitung, nachweisbare Erfolge, Strukturierung der Abläufe, Verbesserung der Daten- und Entscheidungsbasis); siehe auch Kapitel D, Gemeinwohl-Bericht.

- *Umweltbelange* (Emissionswerte, Energieverbrauch etc.): siehe Kapitel E3, Gemeinwohl-Bericht (bzw. auch A3, B3, C3 und D3)

- *Arbeitnehmerbelange* (Indikatoren zur Mitarbeiterfluktuation, Mitarbeiterzufriedenheit, Betriebszugehörigkeit, Fortbildungsmaßnahmen etc.): nicht zutreffend, da Einzelunternehmen; siehe auch Kapitel C, Gemeinwohl-Bericht.

- Indikatoren zu *Forschung und Entwicklung* (sofern diese Angaben nicht im Forschungs- und Entwicklungsbericht gemacht werden): nicht zutreffend, da nicht vorhanden
- *gesellschaftliche Reputation* (Indikatoren zum sozialen und kulturellen Engagement, Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung etc.): siehe Kapitel E, Gemeinwohl-Bericht.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

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

Die GWÖ-Bilanz / der GWÖ-Bericht wurden von mir selbst erstellt und es gab keine weiteren Stakeholder, da ich als Freiberufler alleinverantwortlich bin. Die Auditierung erfolgt im Rahmen einer Peer-Auditierung zusammen mit dem Auditor Achim Schmelzle.

Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?

80 Stunden

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

- Externe Kommunikation: Er wird wieder über einen Link auf der Homepage des Unternehmens veröffentlicht und in 2027 wird eine Rebilanzierung stattfinden. (

Datum: 16.06.2025

Im Sinne der Gemeinwohl-Ökonomie werden wir uns stetig verbessern und andere inspirieren, die Reise zu beginnen und fortzusetzen.

Bei Interesse und Fragen, zögern Sie nicht und kontaktieren uns.

Kh.wehrenberg@green-pulse.io

+4917632260650