

# GEMEINWOHL-BERICHT 2013/14

## UNTERNEHMEN

### BERATUNGEN GALLUSBERG CH-9402 MÖRSCHWIL

Version Audit vom 8. Dez. 2014 (mit Ergänzungen vom 19.12.14 und Zahlen 2014 am 30.03.15 )

Die angegebenen Einschätzungen entsprechen der beim Audit zugesprochenen %-Zahlen.

#### ALLGEMEINE INFOS

- **Firmenname:** Dachmarke Beratungen Gallusberg, bestehend aus folgenden 3 Rechtsformen:
  - Einzelfirma Felix Oesch
  - Einzelfirma Barbara Schmidt
  - Beratungen Gallusberg GmbH (Inhaber Barbara Schmidt und Felix Oesch)
  
- **Branche:**
  - Einzelfirma: Felix Oesch: Organisationsberatung und Coaching (Gründung 1. April 1989)
  - Einzelfirma: Barbara Schmidt: Psychosoziale Beratung und Supervision (Gründung 1. August 1993)
  - Beratungen Gallusberg GmbH: Systemische Interventionen und Lösungen (Gründung 26. März 2008, Handelsregistereintrag)
  
- **Anzahl der MitarbeiterInnen** (Vollzeitäquivalent):  
 Beratungen Gallusberg 2013: Alle Firmen zusammen 1,5 (BeraterInnen) +0,2 (Reinigung und Administration) = 1,7 Vollzeitäquivalente (Schätzung)
  
- **Umsatz:** Beratungen Gallusberg 2013                                 **Sfr.           228'379.40**
- **Umsatz:** Beratungen Gallusberg 2014                                 **Sfr.           170'952.10**
  
- **Sitz:** CH-9402 Mörschwil, Gallusbergstrasse 4c
- **Homepage:** [www.beratungen-gallusberg.ch](http://www.beratungen-gallusberg.ch)
- **Berichtszeitraum:** Kalender- und Geschäftsjahr 2013 und 2014

#### TÄTIGKEITSBEREICH

Produkte/ Dienstleistungen	Anteil am Umsatz	
Schulung (alle Firmen) 2013	Sfr. 82'742.10	36%
Schulung (alle Firmen) 2014	Sfr. 50'580.25	30%
Beratung (alle Firmen) 2013	Sfr. 144'337.30	64%
Beratung (alle Firmen) 2014	Sfr. 120'371.85	70%
Nebenerwerb 2013	Sfr. 8'969.-	(Hochschule Luzern)
Nebenerwerb 2014	Sfr. 20'122.-	(Hochschule Luzern)
Ist gemäss Steuergesetz Erwerb, der neben der hauptberuflichen Tätigkeit geleistet wird und Ein-	Die dazugehörigen Kommissions-Entschädigungen sind im obigen Umsatz der	

<p>kommen generiert. Bei Felix Oesch sind dies:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mitglied des Fachhochschulrates der Hochschule Luzern (bis Juni 2013)</li> <li>- Präsident der Stiftung Hochschule Soziale Arbeit Luzern (bis Dez. 2013)</li> </ul>	<p>Einzelfirmen und Beratungen Gallusberg GmbH <u>nicht</u> enthalten!!</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nebenerwerb: Nachzahlung von 2013 und Teilanstellung zur Unterstützung des Managements an der Hochschule Luzern</li> </ul>
--	---

## DAS UNTERNEHMEN UND GEMEINWOHL

### Intention des Unternehmens und Bezug zur Gemeinwohl-Ökonomie

#### Einzelfirma Felix Oesch:

Die Intention war über 25 Jahre hinweg konstant: das „Magische Dreieck“ (Strategie-Struktur-Kultur) im labilen Gleichgewicht zu halten, indem man auf die Veränderungen, die von innen oder aussen auf die Personen und Organisation wirken, agiert oder reagiert. Dahinter steht von Seiten des Beraters das Menschenbild, dass der Mensch ein Beziehungswesen und intrinsisch motiviert ist, das Umfeld (Strategie-Struktur-Kultur) somit entsprechend gestaltet werden muss.

Mit dieser Grundhaltung ist eine gute Basis für die Gemeinwohl-Ökonomie gegeben, indem nicht Wachstum und Gewinn die Treiber für Veränderungen sind, sondern das Wohl der Person, der Organisation und der Mit- und Umwelt.

#### Einzelfirma Barbara Schmidt:

Die Gründungsintention war, selbständig und nicht in Abhängigkeit eines Arbeitgebers die eigenen Werte zu vertreten.

Als Systemische Beraterin sowohl in der Beratung von Menschen in Entwicklungsphasen wie auch im Arbeitskontext ist meine Grundhaltung lösungs- und ressourcenorientiert. Zu dieser Grundhaltung gehört auch der Blick auf das Umfeld und den Kontext mit seinen sich bietenden Möglichkeiten und Grenzen. Ich verstehe die zu Beratenden als Wissende ihres eigenen Weges, auf dem ich ihnen weiteres Wissen und Werkzeuge vermittele, damit sie diesen Weg selbstbewusster, kompetenter und verantwortungsbewusst gestalten können.

#### Beratungen Gallusberg GmbH

Die Firma Beratungen Gallusberg GmbH wurde aus 3 Intentionen gegründet:

- Offizieller Auftritt gegen aussen. Das Kundensegment der öffentlichen Organisationen verlangt oft eine im Handelsregister eingetragene Firma. Das neue Angebot von Seminaren und Weiterbildungen rief ebenfalls nach einem neuen und vor allem gemeinsamen Auftritt der beiden Personen Barbara Schmidt und Felix Oesch. Wir sind Ende 2004 zusammengezogen und wollten auch als Geschäftspartner gemeinsam auftreten.
- Der Erfolg der Einzelfirma von Barbara Schmidt führte dazu, dass der Umsatz über Sfr. 100'000.- wuchs. Das hätte dazu geführt, dass die Einzelfirma mehrwertsteuerpflichtig geworden wäre. Da das Kundensegment im psychosozialen Umfeld bzw. die Einzelpersonen kaum bereit sind, den entsprechenden Kostenschritt von 8% zu begleichen, wäre es einem Einkommensverlust und damit der Schmälerung der Altersvorsorge gleichgekommen.
- Eine Zusammenlegung der Einzelfirmen zu einer GmbH fassten wir der Einfachheit und Klarheit halber ins Auge. Dies hätte jedoch bewirkt, dass die Alterssicherung auf ganz neue Beine hätte gestellt werden müssen (Pensionskasse durch die Firma). Aus Gründen des Lebensalters von Felix Oesch (3 Jahre vor Erreichung des Rentenalters) verwarfen wir diese Lösung. Es wäre mit Verlusten bei der Alterssicherung verbunden gewesen.
- Eine Zusammenlegung der Einzelfirmen und der GmbH erfolgen, sobald der Umsatz der Einzelfirmen marginal und das Rentenalter erreicht werden, sodass die obigen Kriterien nicht mehr erfüllt sind. Die Einzelfirma Felix Oesch wurde Ende 2013 aufgelöst. Seine beruflichen Aktivitäten werden ab 2014 in der GmbH erfasst.

Zweck der GmbH: (aus Zweckartikel 3 der Statuten der GmbH):

1. Der Zweck der Gesellschaft ist die Förderung systemischer lösungsorientierter Interventionen und Lösungen in der Beratung und Lehre.
2. Die Gesellschaft kann im übrigen alle Geschäfte tätigen, welche geeignet sind, die Entwicklung des Unternehmens und die Erreichung des Gesellschaftszweckes zu fördern oder zu erleichtern, insbesondere all der Verwirklichung ihres Zweckes förderlichen kommerziellen und finanziellen Transaktionen durchführen. Sie kann sich an anderen Unternehmen beteiligen, Liegenschaften erwerben, belasten, überbauen und veräussern sowie Kapitalanlagen aller Art halten und verwalten.

**Zusammenfassung der bisherigen Aktivitäten** (vor Gemeinwohl-Bilanz, im letzten Jahr): Die Beratungsleistung mit dem entsprechenden Werthintergrund (siehe oben) waren immer dieselben.

**Ansprechperson für die GWÖ und Kontaktdaten:** Felix Oesch, Gallusbergstrasse 4c, CH-9402 Mörschwil; Mail: [f.oesch@beratungen-gallusberg.ch](mailto:f.oesch@beratungen-gallusberg.ch) ; Telefon: +41 (0) 71 279 12 21 oder auf Mobile: +41 (0) 79 300 77 41

**Zuordnung Energiefeld/Regionalgruppe und Beschreibung des GWÖ-Engagements des Unternehmens:** Mitglied der Regionalgruppe St. Gallen/Appenzell, Mitglied als Einzelpersonen im Schweizerischen Verein zur Förderung der GWÖ (gegründet Dez. 2013) und regelmässiger Besucher der Sitzungen seit Februar 2013. Mit der neuen Struktur GWÖ in der Schweiz ab Dez. 2013 ist die Firma GmbH ab 2014 Mitglied bei der GWÖ Schweiz. Felix Oesch ist seit 15.11.2014 Vorstandsmitglied des Schweizerischen Vereins zur Förderung der Gemeinwohl-Ökonomie.

## SELBSTEINSCHÄTZUNG UND NEGATIVKRITERIEN

Selbsteinschätzung des Unternehmens in Stichworten

	Indikator	Stichworte	Selbsteinschätzung in %
<b>A1</b>	<b>Ethisches Beschaffungswesen</b>	<b>Total</b>	<b>60%</b>
A1.1	Berücksichtigung regionaler Angebote	Alternativen im IT-Bereich sind relativ beschränkt und ein Umstieg mit viel Lernaufwand verbunden.	50%
A1.2	aktive Auseinandersetzung	Nur kleinste Investitionen (Laptop, Handy) und sehr ökologisch handelnder Vermieter. Relativ zur Branche sehr kleine Infrastruktur.	60%
A1.3	Strukturelle Rahmenbedingungen	Wir setzen uns auseinander, auf Handlungsebene jedoch weitere Möglichkeiten vorhanden.	80%
<b>B1</b>	<b>Ethisches Finanzmanagement</b>	<b>Total</b>	<b>10%</b>
B1.1	Institutionalisierung	Bewusstsein vorhanden, jedoch als Firma keine Massnahmen, da kein Vermögen. Nur Kontokorrent über Banken	20%
B1.2	Ethisch-nachhaltige Qualität	Die Aargauer Kantonalbank ist mit B+ im GRI-Index geratet.	30%
B1.3	GWÖ-orientierte Veranlagung	Konventionelle Bank (Kantonalbank); keine Veranlagung, da keine Vermögensverwaltung	0%
B1.4	GWÖ-orientierte Finan-		0%

	zierung	Eigenfinanzierung	
<b>C1</b>	<b>Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung</b>	<b>Total</b>	<b>80%</b>
C1.1	Mitarbeiterorientierte Organisationskultur und –Struktur	Wir haben zu 98% unabhängige Kundenkreise, was auch eine völlig unabhängige Planung und Selbstbestimmung ermöglicht.	100%
C1.2	Faire Beschäftigungs- und Entgeltpolitik	Das Entgelt ist identisch mit dem Bruttogewinn der Unternehmen und fließt in unseren gemeinsamen Haushalt.	100%
C1.3	Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung (inkl. Work-Life-Balance und flexible Arbeitszeit)	Sehr unterschiedliche Belastung – gehört zum E-PU. Doch Gesamthaft sehr ausgeglichen mit langen Pausen dazwischen.	80%
C1.4	Gleichstellung / Diversität	trifft für EPU nicht zu	0%
<b>C2</b>	<b>Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit</b>	<b>Total</b>	<b>80%</b>
C2.1	Senkung der Normalarbeitszeit	Keine Erfassung, doch vom gefühlten Umgang mit der Arbeitszeit bei 100% - das ergibt den Mix von 50%.	50%
C2.2	Erhöhung Anteil Teilzeitmodelle	Alterhalber und unfallbedingt arbeiteten wir 2013 klar Teilzeit	100%
C2.3	Bewusster Umgang mit Zeit	Jedem von uns überlassen – kein Leiden vorhanden an zu viel oder zu wenig an Arbeit. Empfinden von Work-Life-Balance im grünen Bereich.	90%
<b>C3</b>	<b>Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen</b>	<b>Total</b>	<b>60%</b>
C3.1	Ernährung während Arbeitszeit	Als Gesellschafter achten wir auf gesunde biologische Ernährung und tun dies, wo es nur geht.	80%
C3.2	Mobilität zum Arbeitsplatz	Praktisch nur ÖV, das Kleinauto wird sehr wenig für Berufsverkehr genutzt (weniger als 2000 km pro Jahr)	90%
C3.3	Organisationskultur, Sensibilisierung für Prozesse	Nicht relevant, da nur 2 Gesellschafter, Sensibilisierung hoch	0%
C4	Gerechte Einkommensverteilung	NICHT FÜR EPU!	
C5	Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz	NICHT FÜR EPU!	
<b>D1</b>	<b>Ethische Kundenbeziehung</b>	<b>Total</b>	<b>90%</b>
D1.1	Gesamtheit der Massnahmen	Da jeder Auftrag als Auftrag neu definiert wird, ist die Aushandlung sehr individuell und transparent.	80%

D1.2	Produkttransparenz	siehe D1.1	100%
D1.3	Umfang der Kundenmitbestimmung	sehr hoch, da jeder Auftrag mit ihm ausformuliert.	100%
D1.4	Service-Management	Sehr hoch, da jeder Auftrag und Schritt mit dem Kunden besprochen wird.	100%
<b>D2</b>	<b>Solidarität mit Mitunternehmern</b>	<b>Total</b>	<b>60%</b>
D2.1	Offenlegung von Informationen	Soweit es keine Kundengeheimnisse sind und Nachfrage besteht: JA.	80%
D2.2	Weitergabe von Aufträgen	keine institutionellen Verbindungen, jedoch Empfehlungen und Auftragsweitergabe (sehr selten).	40%
D2.3	Kooperatives Marketing	wenige Links auf Webseite – ansonsten keine Massnahmen in kooperativem Marketing.	20%
<b>D3</b>	<b>Ökologische Gestaltung der P/D</b>	<b>Total</b>	<b>10%</b>
D3.1	P/D sind für alle von gleichem Nutzen	Der Arbeitsweg machen wir zu 90% mit dem ÖV. Berichte schreiben wir sehr wenig und wenn, dann werden Sie meistens elektronisch versandt.	80%
D3.2	Suffizienz (Genügsamkeit)	Nimmt man jedoch unser Verhalten in A1 und C3, dann ist das Bewusstsein vorhanden.	0%
D3.3	Kommunikation	keine explizite Kommunikation, nur Hinweise	10%
<b>D4</b>	<b>Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen</b>	<b>Total</b>	<b>60%</b>
D4.1	Erleichterter Zugang	Preisgestaltung wird angepasst	80%
D4.2	Förderungswürdige Strukturen	Kunde kann P/D selbst gestalten	20%
<b>D5</b>	<b>Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards</b>	<b>Total</b>	<b>10%</b>
D5.1	Kooperation mit Mitbewerbern	ab und zu Empfehlungen	20%
D5.2	Beitrag zu legislativen Standards	keine wirklichen Aktivitäten	0%
D5.3	Reichweite	keine wirklichen Aktivitäten	0%
<b>E1</b>	<b>Sinn und gesellschaftliche Wirkung der P/D</b>	<b>Total</b>	<b>50%</b>
E1.1	Abdeckung des Grundbedarfs	Aufträge zu fast 100% ohne Akquisition, heisst Kunden kommen fast ausschliesslich auf Empfehlung zu uns. Keine Daten dazu.	50%
E1.2	Ökologischer und sozialer Vergleich	keine Informationen	50%
<b>E2</b>	<b>Beitrag Gemeinwesen</b>	<b>Total</b>	<b>60%</b>
	Leistungen	relativ hohes Engagement (Ehrenämter an der	100%

E2.1	Wirkungen	Fachhochschule Luzern) mittelbare Wirkung sichtbar	20%
E2.2	Intensität	1/2 Tag pro Woche; Äquivalent Fr. 8500.- pro Jahr	100%
E2.3			
<b>E3</b>	<b>Reduktion ökologischer Auswirkungen</b>	<b>Total</b>	<b>0%</b>
E3.1	Absolute Auswirkungen	Anstrengung ist sichtbar, wenn auch wenig Fakten	10%
E3.2	Relative Auswirkungen	trifft nicht zu	0%
E3.3	Management und Strategie	kein namhafter Beitrag	0%
E4	Gemeinwohlorientierte Gewinnverwendung	NICHT FÜR EPU!	
<b>E5</b>	<b>Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung</b>	<b>Total</b>	<b>0%</b> <b>(40%)</b>
E5.1	GWÖ-Bilanz	Kein Bericht vorhanden (Dieser Bericht ist auditiert und wird veröffentlicht)	0% (60%)
E5.2	Art der Mitbestimmung	zu zweit kein Thema	0%
E5.3	Umfang der Mitbestimmung	kein Thema	0%
	<b>Total %-Punkte über alle Indikatoren hinweg</b>	Zahl aus Bilanzrechner	<b>44%</b>

## NEGATIVKRITERIEN

Nr.	Negativkriterium	Kann ich bestätigen	Abzüge
<b>N1</b>	<b>Verletzung der Menschenwürde</b>	<b>Total</b>	<b>-55 Pte</b>
N1.1	Keine Verletzung der ILO-Arbeitsrechtenormen/ Menschenrechte	indirekt über zugekaufte Infrastruktur kann es sein!	10%
N1.2	Keine menschenunwürdige Produkte	Eigene Leistungen nicht geprüft, doch kaum solche Anteile	10%
N1.3	Keine Beschaffung bzw. Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen	Sicher keine Absicht vorhanden. Wenig Wissen darüber. Wir arbeiten in unserer Firma mit Apple-Produkten, die teilweise in Zweifel stehen. Ev. auch noch andere zugekaufte Produkte	10%
<b>N2</b>	<b>Unsolidarisches Verhalten</b>	<b>Total</b>	<b>0</b>
N2.1	Keine feindliche Übernahme	ja	
N2.2	Keine Sperrpatente	ja	
N2.3	Keine Dumpingpreise	ja	
<b>N3</b>	<b>Umweltzerstörung</b>	<b>Total</b>	<b>0</b>
N3.1	Keine Illegitime Umweltbelastungen	ja	
N3.2	Keine Verstöße gegen Umweltauflagen	ja	
N3.3	Keine geplante Obsoleszenz	ja	
<b>N4</b>	<b>Sozial ungerechtes Verhalten</b>	<b>Total</b>	<b>0</b>
N4.1	Kein Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens	ja	
N4.2	Kein Arbeitsplatzabbau oder Standortverlagerung trotz Gewinn	ja	
N4.3	Keine Umgehung der Steuerpflicht	ja	
N4.4	Keine unangemessene Verzinsung für nicht mitarbeitende Gesellschafter	ja	
<b>N5</b>	<b>Undemokratisches Verhalten</b>	<b>Total</b>	<b>0</b>
N5.1	Offenlegung alle Beteiligungen und Tochterunternehmen	ja	
N5.2	Keine Verhinderung eines Betriebsrates	ja	
N5.3	Offenlegung aller Finanzflüsse an Lobbyisten und Lobby- Organisationen/ Eintragung ins Lobbyregister der EU	ja	
N5.4	Keine exzessive Einkommensspreizung	ja	

# GENAUE BESCHREIBUNG DER EINZELNEN KRITERIEN

## A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSMANAGEMENT

Selbsteinschätzung 60%

### A1.1 Berücksichtigung regionaler, ökologischer und sozialer Aspekte bzw. höherwertiger Alternativen (Relevanz: hoch)

Selbsteinschätzung 50%

Auflistung aller Ausgabenposten: Es sind alle 3 Firmen zusammengezogen

Ausgabenposten + % der Ausgaben	Erläuterung und (soziale, ökologische, regionale) Bewertung
Miete (23,6 %) 2013 Fr. 18'320.- 2014 Fr. 18'320.- (Konto 6000)	Erdsonde mit Wärmepumpe, Photovoltaikanlage mit einer Rückspeisung von über 40% des Strombedarfs (inkl. Wärmepumpe / Heizung) Geschäftsräume im eigenen Haus (1/2 der Bruttogeschossfläche)
Energie/ Strom (1,5 %) 2013 Fr. 1'200.- 2014 Fr. 1'100.- (Konto 6400)	zu 50 % Ökostrom (über 40% eigener Strom, ca. 10% Gemeinde)
Computer/ Technik (2,8 %) 2013 Fr. 2'166.85 2014 Fr. 2'250.- (Konto 6100)	2 Laptops (MacBook), 2 iPhone, 2 iPads, ISDN Telefon- und Internetanlage mit 3 Nummern, 1 Drucker Geräte werden genutzt, bis sie technisch überholt sind (keine Kompatibilität mehr mit Kunden und Partnern) oder bis das Gerät defekt ist, heisst zwischen 3-6 Jahre (C3)
Werbeaufwand (20,7 %) 2013 Fr. 16'062.50 2014 Fr. 12'056.40 (Konto 6600 + 6641)	Webseite, Visitenkarte, Flyer, Kundenspesen
Personalaufwand (29.3 %) 2013 Fr. 22'743.06 2014 Fr. 42'652.40 (Konten 5400-5482)	Versicherungen, Weiterbildung, Fahr- und Verpflegungskosten (Mobilitätskosten!) 2014 hat Felix Oesch die Aktivitäten in seiner Einzelfirma aufgegeben und bezieht Lohn aus der GmbH
Fahrzeugaufwand (2,1 %) 2013 Fr. 1'652.84 2014 Fr. 864.45 (Konto 6200)	Praktisch alle Reisetätigkeit mit ÖV (Generalabonnement), kleinste Autokilometer mit Car-Sharing (Mobility), Auto fährt zu 90% mit Gas
Verwaltungsaufwand (13,9 %) 2013 Fr. 10'839.- 2014 Fr. 10'900.90 (Konto alle 6500er)	Büromaterial, Bücher, Buchhaltung Risikogüter könnten sein: Drucker-Patronen und Papier
Abschreibungen (3,7 %) 2013 Fr. 2'900.- 2014 Fr. 2'100.- (Konto 6900)	Mobiliar, Geschäftsfahrzeug zu 40%, EDV-Einrichtungen
Total Aufwand	2013 Sfr. 77'684.25 (* = 34 % des Umsatzes) 2014 Sfr. 90'244.15 (* = 52 % des Umsatzes) davon sind Sfr. 25'000.- Lohnkosten an Felix Oesch

Ist der Aufwand im Verhältnis zum Umsatz unterhalb eines Drittels, so geht die Steuerbehörde Aargau ohne Verdacht von einem Normalfall aus. Die Ausgabenposten, Miete, Energie, Fahrzeugaufwand sind stark ökologisch geprägt (Selbsteinschätzung 80 %); die übrigen Posten sind mit speziellem Blick auf Ökologie getätigt worden (Selbsteinschätzung 20%).

Hier ergibt sich Verbesserungspotenzial im Sinne erhöhter Aufmerksamkeit oder Informationsbeschaffung über die Produkte. Ich habe mich 1987 für Macintosh (Apple) entschieden und nie gewechselt.



Als Kleinstkunde mehr Einfluss auf Apple zur Erfüllung der GWÖ-Indikatoren zu nehmen ist möglich, wenn auch mit bescheidenster Wirkung.

**A1.2 Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken zugekauften P/D und Prozesse zur Sicherstellung (Relevanz: mittel) Selbsteinschätzung 60%**

- Bei den Patronen tun wir es, indem wir nachgefüllte Patronen kaufen und die gebrauchten entsprechend zurücksenden.
- Bei den Apple-Produkten tun wir es nur insofern, als wir den möglichst langen Gebrauch derselben Geräte anstreben – bis dorthin, wo entweder die Programme schlecht laufen oder die Kommunikation mit den Kunden schwierig wird. (Stand heute: 1 Laptop 5-jährig, einer 4-jährig)
- Unser langjähriges Treuhandbüro ist ebenfalls die Revisionsstelle des Vereins GWÖ Schweiz (2013 noch Ostschweiz).
- In unseren Geschäftsräumen stellen wir regionale und biologische Produkte zur Verfügung (ausser die Schokolade).

**A1.3 Strukturelle Rahmenbedingungen zur fairen Preisbildung (Relevanz: niedrig) Selbsteinschätzung 80%**

- Die Preisbildung entsteht durch Kalkulation mit Preisen und Löhnen äquivalenter Berufe. Wir vertreten die Meinung, dass die Personen, die wir beraten, nicht wesentlich mehr verdienen sollen als wir.
- Verdienen die Kunden weniger, so sind wir bereit, einen Preisnachlass zu machen. Dies gilt insbesondere für Personen, die unsere Leistung privat bezahlen.
- Die Tarife sind darum auch den Organisationen angepasst (Unternehmen bezahlen in der Regel mehr als soziale und öffentliche Institutionen).
- Was wir nicht unterstützen sind Tarife, die bei normaler Kalkulation unter den Gestehungskosten sind und mittelfristig Selbstausbeutung bedeuten. Das trifft bei Zweitverdiener unserer Berufsgattung des öftern zu, deren Partner einen Normallohn verdienen, ihre Leistung selbst aber unter Gestehungskosten und / oder ohne Altersvorsorgekosten anbieten.

**Weitere Aussagen**

Als Schweizerbürger haben wir die Möglichkeit, dann und wann über Themen abzustimmen – dann stehen wir auf Seite der Ökologie und Gerechtigkeit und der Konsequenzen für nachfolgende Generationen (Beispiel genveränderte Produkte, Atomstrom). Sowohl als Privatpersonen als auch als Geschäftskunden stehen wir zu unseren ökologischen und sozialen Werten.

## B1 ETHISCHES FINANZMANAGEMENT

Selbsteinschätzung 10%

### B1.1 Institutionalisation (Relevanz: mittel)

Selbsteinschätzung 20%

Beratungen Gallusberg hat kein Leitbild zu ethischem Finanzmanagement (0%).

Beratungen Gallusberg (alle drei Firmen) haben nur mit zwei Kantonalbanken Kontakt und wickeln nur das Kontokorrent darüber ab. Ansonsten bestehen keine beruflichen Verbindungen zu den Banken. Die beiden Kantonalbanken sind zu 100% im Besitz des jeweiligen Kantons.

### B1.2 Ethisch-nachhaltige Qualität des Finanzdienstleisters (Relevanz: mittel)

Auflistung der Finanzdienstleister

Selbsteinschätzung 30%

In % vom Umsatz	Abwicklung über folgenden Finanzdienstleister
	AKB Aargauer Kantonalbank
	TKB Thurgauer Kantonalbank

Wir wickeln nur das Kontokorrent über diese Banken ab. Die Anlagen sind im Privatvermögen. Wie gross die kritischen Kredit- und Sparvolumen der Banken sind, wissen wir nicht.

Ausnahme ist die GmbH, die ein Eigenkapital von Sfr. 22'524.- besitzt, was praktisch dem Stammkapital bei der Gründung entspricht.

Die AKB Aargauer Kantonalbank hat den Level B+ nach GRI, was gemäss Richtlinien der GWÖ durch 30% gewertet werden kann.

AKB (aus der Webseite „über uns“): Die Aargauer Kantonalbank (AKB) ist eine klassische Universalbank für Privat- und Firmenkunden sowie für institutionelle Anleger. Wir bieten Ihnen umfassende Dienstleistungen in allen Bereichen des Bankgeschäftes. Zu unseren Stärken zählen die bedürfnisorientierte, persönliche und verständliche Beratung sowie eine umfassende und kompetente Betreuung. Die AKB unterhält 31 Geschäftsstellen im Kanton Aargau und im angrenzenden solothurnischen Gebiet Olten-Gösigen-Gäu. Unser Unternehmen zählt rund 800 Mitarbeitende und 81 Lernende. Wir betreuen rund 240 000 Kundinnen und Kunden. Die AKB ist eine von lediglich vier Banken in der Schweiz, die von der Ratingagentur Standard & Poor's mit einem AAA-Rating ausgezeichnet wurde.

Besitzstruktur	100% im Besitz des Kantons Aargau
Staatsgarantie	100% Staatsgarantie durch den Kanton Aargau
Leistungsauftrag	öffentlicher Leistungsauftrag
Nachhaltigkeit	Zertifizierung Level B+ nach GRI (Global Reporting Initiative)

TKB (aus der Webseite „über uns“): Seit über 140 Jahren ist die Thurgauer Kantonalbank (TKB) im Kanton Thurgau verwurzelt. Als tragender Pfeiler der Wirtschaft und verlässliche Finanzdienstleisterin für die Bevölkerung hat sich die TKB seit ihrer Gründung 1871 eine führende Marktstellung erarbeitet. Staatsgarantie durch den Kanton Thurgau

Die TKB ist zu 100 Prozent im Besitz des Kantons Thurgau. Der Eigentümer gewährt der TKB vollumfängliche Staatsgarantie. Dies ist im Kantonalbankengesetz festgehalten und bedeutet, dass der Kanton für die Verbindlichkeiten der TKB gerade stehen würde, falls im äussersten Fall deren eigene Mittel nicht ausreichen.

Die Inanspruchnahme der Staatsgarantie ist allerdings ein rein hypothetisches Szenario. Seit der Gründung der TKB im Jahre 1871 ist die Staatsgarantie nie zum Tragen gekommen.

Grundsatz; gemäss § 5 des Gesetzes über die TKB haftet der Kanton für die Verbindlichkeiten der Bank, soweit deren eigene Mittel nicht ausreichen. Sowohl die Staatshaftung als auch die Haftung der TKB selbst ist unbegrenzt. Die Kundengelder sind demnach vollumfänglich - ohne Haftungsgrenze - gesichert.

### B1.3 Gemeinwohlorientierte Veranlagung (Relevanz: hoch)

Selbsteinschätzung 0%

Auflistung der Kapitalanlagen

In % der Veranlagung	Abwicklung über folgenden Finanzdienstleister
	keine Kenntnis über Veranlagungen

Wir haben keine Kenntnis, wie weit die beiden Banken in gemeinwohlorientierte Projekte involviert sind und schon gar nicht zu welchem Anteil.

**B1.4 Gemeinwohlorientierte Finanzierung (Relevanz: niedrig) Selbsteinschätzung 0%**

Auflistung Eigen- und Fremdkapital-Anteil

Eigenkapital	100 %-Anteil Gesamtkapital
Fremdkapital	0 %-Anteil Gesamtkapital

Auflistung Aufteilung der Finanzierungsformen/ Fremdkapitals

In % der Finanzierung	Abwicklung über folgenden Finanzdienstleister

Keine Finanzierung durch eine der Banken oder andere Geldgeber in unseren Firmen – ausser der Finanzierung der GmbH durch die Einzelfirmen (also eigenes Geld).

**Weitere Aussagen**

Der Stellenwert des Finanzmanagements ist praktisch Null, weil nur das Kontokorrent über die Bank abgewickelt wird. Die Anlagen sind bei den Privatpersonen (Bilanz der Privatpersonen).

Die Wahl der Kantonalbanken ist bewusst gewählt, weil diese dem Kanton, also der Einwohnerschaft des Kantons gehören. Dies schliesst (noch) nicht aus, dass auch hier gemeinwohnhinderliche Geschäfte und Transaktionen gemacht werden. Da wir keine Finanzfachleute sind und unsere Aufmerksamkeit nicht zu Finanzfragen hingeht, haben wir uns nicht dafür engagiert.

# C1 ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GLEICHSTELLUNG

**Selbsteinschätzung 90%**

## **Allgemeines**

Keine Kennzahlen

### **C1.1 Mitarbeiterorientierte Organisationskultur und -struktur (Relevanz: mittel)**

**Selbsteinschätzung 100%**

Wir haben zu 98% unabhängige Kundenkreise, was auch eine völlig unabhängige Planung und Selbstbestimmung ermöglicht. Die Entscheidungsbefugnis und Selbstorganisation ist zu 98% gegeben, also sehr sehr hoch! Wir sind auch Ehepartner - und die Beziehung ist so gut wie die Ehe und umgekehrt. Und wenn wir nicht mehr zusammen leben, dann sind wir auch geschäftlich nicht mehr zusammen. Da ich 10 Jahre älter bin, ziehe ich mich aus dem Unternehmen immer mehr zurück, doch das ist nicht mit Problemen verbunden. Die Beziehung ist sehr gut.

Meine berufliche aktive Weiterentwicklung ist zum stillstehen gekommen - altershalber. Die Weiterentwicklung als Person durch das ehrenamtliche Engagement bei Chor und GWÖ findet weiterhin statt. Barbara macht viele Weiterbildungen und Interventionen und ist darin auch völlig frei.

Die Reflexion und Feedback über die Berufsrolle ist bei uns regelmässiges Tischgespräch - eher mehr als uns lieb ist. Dann haben wir regelmässige Sitzungen mit unserer Administratorin, wo Feedback gegeben wird. Und jährlich machen wir eine Klausurtagung, wo die Ausrichtung der Firma diskutiert wird.

Wir haben keine Hierarchie. Barbara betreut viel mehr als ich die Administration und den Marktauftritt. Sie tut mehr als ich für das Gemeinsame - dies aber nicht als Hierarchiemuster, sondern als Fähigkeitsprofil.

Entstehen Konflikte haben wir unsere Adressen. In den 10 Jahren gemeinsamem beruflichen Unterwegs-Sein haben wir dies 1x in Anspruch genommen - es war aber eher persönlich geprägt den geschäftlich. Bei diesem Konstrukt ist dies kaum zu trennen. Ebenso befragen wir den Treuhänder, wenn wir juristischen oder finanziellen Rat brauchen. Das Netzwerk bei Konfliktsituationen ist gegeben.

### **C1.2 Faire Beschäftigungs- und Entgeldpolitik (Relevanz: mittel)**

**Selbsteinschätzung 100%**

Der Bruttogewinn der Unternehmung ist gleichzeitig unser Bruttoeinkommen, das in unseren Haushalt fliesst. Wir unterscheiden nicht zwischen deinem und meinem Einkommen. Es gehört beiden in gleichem Masse, unabhängig davon, wer wie viel Umsatz gemacht hat und wie viele Stunden wer gearbeitet hat. Wir dürfen für uns in Anspruch nehmen, dass nie Auseinandersetzungen darüber nötig sind: jeder tut das, was er oder sie für sich gut findet. Unter Marktwert arbeiten wir nie (Ausnahmen bestätigen die Regel).

### **C1.3 Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung einschließlich Work-Life-Balance/ flexible Arbeitszeiten (Relevanz: mittel)**

**Selbsteinschätzung 80%**

Im Beratungsgeschäft ist die Arbeitszeit sehr flexibel bzw. wird immer mit dem Kunden direkt vereinbart. So geschieht es, dass sich Ballungen ergeben und andererseits grosse Erholungszeiten einstellen. So ist es in den Sommermonaten (Juli/August, Weihnachten/Neujahr, Osterferien) kaum möglich, Aufträge zu erledigen, weil die Kunden selbst in den Ferien sind. Das schafft ganz viel Luft und Erholungszeit. Über das Jahr gesehen arbeiten wir also nicht über die Norm. Wenn Krankheitsstand ein Indiz für die Work-Life-Balance ist, dann dürfen wir mit Fug und Recht sagen, dass wir uns gut schauen. Kennzahlen zu unserer Arbeitszeit gibt es nicht (siehe auch C2.1).

### **C1.4 Gleichstellung und Diversität (Relevanz: trifft nicht zu)**

**Selbsteinschätzung 0%**

**Weitere Aussagen über die jeweiligen Subindikatoren hinaus**

## **C2 GERECHTE VERTEILUNG DER ERWERBSARBEIT   Selbsteinschätzung 80%**

### **C2.1   Senkung der Normalarbeitszeit (Relevanz hoch)   Selbsteinschätzung 50%**

Wir haben keine MitarbeiterInnen (ausser Reinigungspersonal zu 5% und eine Administratorin zu 10%). Die Arbeitszeit wird von ihnen selbst erfasst.

Für uns selbst machen wir keine Arbeitszeiterfassung und werden auch nie eine machen. Selbstausbeutung zeigt sich kaum an der Arbeitszeit, sondern an der Haltung zur Arbeit und sich selbst gegenüber. Die Differenzierung der Arbeits- und übrigen Lebenszeit lässt sich bei Selbständigen, die keine expliziten Hobbies haben, nicht abgrenzen. Der Aufwand für eine Arbeitszeiterfassung ist zu gross und kaum machbar – weil denken an die Kunden und an Projekte auch Arbeitszeit wäre, für uns aber viel mit „Erfassen der Welt“ zu tun hat. Es ist für uns schwierig zu sagen, ob wir darum die Einschätzung mit 0% oder mit 100% angeben sollen – von der Erfassung her wäre es 0, vom Gefühl her 100. Somit entscheiden wir uns für 50%

### **C2.2   Erhöhung des Anteils der Teilzeit-Arbeitsmodelle und Einsatz von Zeitarbeit (bei adäquater Bezahlung) ( Relevanz: mittel)   Selbsteinschätzung 100%**

Da keine MitarbeiterInnen mit entsprechenden Pensen ist keine Aussage möglich. Wir selbst arbeiten Teilzeit, wenn man davon ausgeht, dass wir je nach Auftragslage viel oder weniger arbeiten. Doch eine Erfassung kennen wir nicht. Gefühlte Arbeitszeit war bei mir altershalber bedingt 2013 bei rund 50%, bei meiner Partnerin unfallbedingt 70%. Früher war es sicher meistens über 100%. Selbsteinschätzung für 2013 100%, da die Teilzeit deutlich zugenommen hat.

### **C2.3   Bewusster Umgang mit (Lebens-) Arbeitszeit (Relevanz: mittel)   Selbsteinschätzung 90%**

Die Frage ist, ob wir beiden Gesellschafter bzw. EPU-Inhaber mit uns selbst gut umgehen. Es ist so, dass wir beide in den letzten Jahren eher zu viel als zu wenig Aufträge hatten (ohne Akquisition!!). Doch wir taten es beide gerne. Wir haben beide keine Hobbies – die Arbeit ist auch Hobby und wir empfinden keine Selbstausbeutung. Betrachtet man gewisse Quartale, würden wir uns auch wünschen, dass es nicht so viel ist – doch über das ganze Jahr gleicht es sich zu Gunsten des Wohlseins aus. Wir haben genügend Zeit für Freunde, Zerstreung und Erholung.

Wir sind kinderlos und haben keine direkten Betreuungsverantwortungen mehr.

Wir erlauben uns längere Pausen. Wenn der körperliche oder emotionale Zustand danach verlangt. Permanente Selbst- und Fremdrelexion wie auch Weiterbildungen helfen uns, uns gesund zu fühlen und zu sein.

### **Weitere Aussagen über die jeweiligen Subindikatoren hinaus**

### C3 FORDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITERINNEN

Selbsteinschätzung 60%

#### C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit (Relevanz: hoch)

Selbsteinschätzung 80%

Kennzahlen/ wichtige Daten

	Teilweise vegetarisch/vegan	Mehrheitlich veget./vegan	Überwiegend veget./vegan	Bio-Anteil (in%)
Angebote im Unternehmen (% uale Verteilg)		Für Kunden Zwischenverpflegung	zu 90% vegetarisch	zu 95% biologisch
Tatsächliches Verhalten der MA (% uale Verteilung)				

Die Gesellschafter achten auf überwiegend vegetarische Biokost.

In den Räumen unseres Geschäfts bieten wir zu 80% Bio- und regionale Kost an.

#### C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz (Relevanz: hoch)

Selbsteinschätzung 90%

Kennzahlen/ wichtige Daten

	Gesamt KM für das Unternehmen	Durchschnittlich pro MA
Flugreisen	0 km	0 km
Auto/ PKW einzeln	200 km / 800 km	1000 km
Car-Sharing	60 km	30 km
ÖPNV	keine Messung vorhanden – es sind zig-tausend km, die wir mittels ÖV machen (General- und Halbtax-Abonnemente)	
Fahrrad/ Fuß	keine Erfassung der km zwischen Bahnhof und Kunde	keine Erfassung

Bei einem Erstkontakt gehen wir zum Kunden oder er kommt zu uns – weil der persönlich direkte Kontakt für die Einschätzung der Passung entscheidend ist. Wir sehen hier keine Alternativen, die diese Qualität garantieren könnte. Wir achten darauf, dass auch die Kunden ÖV nutzen können, wenn sie uns besuchen. Der hohe ÖV-Anteil führt beim Audit zur Einschätzung von 90%.

#### C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse

(Relevanz: mittel)

Selbsteinschätzung 0%

Keine Aussage, da keine Mitarbeiter.

Weitere Aussagen über die jeweiligen Subindikatoren hinaus

## **C4 GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS**

**NICHT FÜR EPU!**

**C4.1 Innerbetriebliche Bruttoeinkommensspreizung im Unternehmen (Relevanz: trifft nicht zu)**

**C4.2 Mindesteinkommen (Relevanz: trifft nicht zu)**

**C4.3 Transparenz und Institutionalisierung (Relevanz: trifft nicht zu)**

**Weitere Aussagen über die jeweiligen Subindikatoren hinaus**

## **C5 INNERBETRIEBLICHE DEMOKRATIE UND TRANSPARENZ**

**NICHT FÜR EPU!**

**C5.1 Grad der Transparenz (Relevanz: trifft nicht zu)**

**C5.2 Legitimierung der Führungskräfte (Relevanz: trifft nicht zu)**

**C5.3 Mitbestimmung bei Grundsatz- und Rahmenentscheidungen (Relevanz: trifft nicht zu)**

**C5.4 Mit-Eigentum der MitarbeiterInnen (Relevanz: trifft nicht zu)**

**Weitere Aussagen über die jeweiligen Subindikatoren hinaus**



**D1.1 Gesamtheit der Maßnahmen für eine ethische Kundenbeziehung (ethisches Marketing + Verkauf) (Relevanz: hoch)**

Selbsteinschätzung 80%

Übersicht zur Einschätzung der Maßnahmen

Marketing/ Verkaufsmaßnahme	%-ualer Anteil am Marketing/ Verkaufsbudget
Persönliches Gespräch auf Grund von Anfragen, die zu 95% auf Empfehlungen beruhen.	Schätzung 90%
Webseite	Schätzung 8%
Flyer	Schätzung 2%

Wir verweisen an dieser Stelle nochmals auf unsere Webseite hin (<http://www.beratungen-gallusberg.ch/index.php?page=arbeitsweisen>), wo es u.a. heisst: Wir gehen davon aus, dass alle Menschen bewusst oder unbewusst einen für sie sinngebenden Zustand anstreben. Dieser gewünschte Zustand ist Ausgangspunkt jeder Veränderung. Daraus leiten sich das weitere Vorgehen und die Prozessschritte ab.

**D1.2 Produkttransparenz, Fairer Preis und ethische Auswahl der KundInnen (Relevanz: mittel)**

Selbsteinschätzung 100%

Produkttransparenz

Die Aufträge werden vom Kunden bestimmt, indem in einem Briefinggespräch unsere Dienstleistung definiert wird. Eine Offerte mit Ausgangslage, Ziel, Rahmen, Kosten und weiteren Bedingungen werden festgelegt. Die Transparenz ist zu 100% gegeben.

Der Kunde kann an jeder Stelle des Angebots austreten – er ist gemäss üblicher Abmachung kostenpflichtig für vereinbarte Leistungen der nachfolgenden 3 Wochen (ist in 25 Jahren noch nie vorgekommen!!!).

Bei den ausgeschriebenen Kursen entscheidet jeder TN für sich, ob er / sie das Angebot nutzen will oder nicht. Die Konkretisierung des Angebots kann während des Kurses durch die TN beeinflusst werden.

Fairer Preis

Wir vertreten ein ausgesprochen selbstverantwortliches und entwicklungsorientiertes Menschenbild. Wir erinnern an die eigenen Ressourcen und fordern und fördern die Kunden in ihrer Selbstverantwortung (selbst Antwort geben, siehe auch unsere Webseite).

Im Vordergrund steht die Lebenssicherung für uns selbst – auch im Alter – und nicht der Umsatz oder der Gewinn. Dabei wollen wir uns im oberen Mittelstand einreihen und messen uns an der Kundschaft. Im Schnitt wollen wir nicht mehr und auch nicht weniger verdienen als unsere Kundschaft.

Wir haben unsere festen Tarife: Tarif Privatwirtschaft, Tarif öffentliche Hand, Soziale Organisationen und selbstzahlende Kunden.

Auf Grund der Tatsache, dass wir nur in grossen Ausnahmen Kunden (insbesondere öffentliche und soziale Einrichtungen) haben, die infolge des Tarifs nein sagen, dürfen wir annehmen, eine faire Preispolitik zu haben.

Die Kommunikation der Preise wird im Offertgespräch gemacht, nicht aber auf der Webseite. Davon ausgenommen sind die ausgeschriebenen Seminare.

Ethische Auswahl der Kunden

Wir arbeiten für keine undurchschaubaren Organisationen oder Firmen mit Negativkriterien.

**D1.3 Umfang der KundInnen-Mitbestimmung/ gemeinsame Produktentwicklung/ Marktforschung (Relevanz: mittel) Selbsteinschätzung 100%**

Auflistung KundInnen-Mitbestimmung

Art der Entscheidung	Wer repräsentierte die KundInnenengruppe?	Wer hat wie entschieden?
Einzelofferten		Der Kunde entscheidet immer 1:1 mit

Da die Kunden einen Entwicklungsprozess wollen, oft jedoch keine Erfahrung damit haben, schafft ein schrittweises Vorgehen / Ablauf hohe Transparenz und Sicherheit für den Kunden.

Wir bieten nur Mass geschneiderte Produkte an, sprich für jeden Auftrag gibt es eine ausführliche Offerte (Ausgangslage, Ziel, Rahmen, Kosten). Die Aufträge sind immer für einen Kunden gedacht. Der Kunde arbeitet also an der Dienstleistung 1:1 mit und kann im Laufe des Prozesses die Entwicklung jederzeit beeinflussen abändern oder beenden.

Die Ausgangslage wird nach dem Briefinggespräch von uns selbst geschrieben, was eine gute Kontrolle des Verstehens ermöglicht – der Kunde wird beim Gegenlesen auf allfälliges Fehlverständnis aufmerksam und kann klärend eingreifen.

**D1.4 Service-Management (Relevanz: mittel) Selbsteinschätzung 100%**

Der Kunde kann jederzeit mit uns Kontakt aufnehmen bzw. ein Gespräch über das Angebot bzw. die Erlangung der Ziele verlangen. Dies wird über Telefonate und Mails sehr genützt und geschätzt.

**Weitere Aussagen über die jeweiligen Subindikatoren hinaus**

**D2.1 Offenlegung von Informationen + Weitergabe von Technologie (Relevanz: mittel)**

**Selbsteinschätzung 80%**

Wir haben eine Dienstleistung, die sehr auf unserer Erfahrung und unserer Persönlichkeit beruht. Das entbindet nicht vor Offenheit – ist aber meist nur durch Erleben vermittelbar.

Wir haben eine Webseite, die unsere Haltung und unser Vorgehen vermittelt. Auszug aus der Webseite:

*Beratungen Gallusberg hilft, Veränderungsprozesse bewusst zu machen, zu verstehen und der Rolle und den Aufgaben entsprechend (eigen-)verantwortlich zu gestalten und zu steuern.*

*Wir gehen davon aus, dass alle Menschen bewusst oder unbewusst einen für sie sinngebenden Zustand anstreben. Dieser gewünschte Zustand ist Ausgangspunkt jeder Veränderung. Daraus leiten sich das weitere Vorgehen und die Prozessschritte ab.*

*Wir arbeiten mit Menschen, die ihr Leben und ihre Rollen selbstverantwortlich gestalten. Es ist und wichtig, wertschätzend und unparteiisch ihre Anliegen und ihre Art der Problemlösung zu begleiten. Die Ergebnisse der Zusammenarbeit sollen für unsere Kundinnen und Kunden im Alltag umsetzbar sein und Ihre Entwicklung sowohl als Individuum wie als Rollenträger im Kontext der Gesamtorganisation fördern.*

*Unser Schwerpunkt bildet die systemische und lösungsorientierte Sichtweise und das damit verbundene Vorgehen. Wir arbeiten mit vielfältigen Verfahren und Methoden aus der Organisations- und Führungslehre sowie aus der humanistischen Psychologie.*

Wir haben zudem auf der Webseite Unterlagen zum Downloaden bereitgestellt, die immer wieder genutzt werden und als hilfreich bezeichnet werden – sowohl von Kunden als auch Kollegen.

Wir haben ebenso einen Newsletter, der auf die neuen Angebote hinweist.

Sowohl beim Newsletter als auch bei den Unterlagen könnten wir mehr offenlegen. Der Widerstand liegt nicht in der Bereitschaft, sondern beim Aufwand – Aufträge bearbeiten gewichten wir höher als die Bearbeitung der Webseite.

Wir besuchen regelmässig Supervisions- oder Intervisionsgruppen und Weiterbildungen, um die Erfahrungen auszutauschen und voneinander zu lernen.

**D2.2 Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen und Finanzmitteln; kooperative Marktteilnahme (Relevanz: hoch)**

**Selbsteinschätzung 40%**

Können wir den Auftrag nicht selbst durchführen, sei dies aus fachlichen, terminlichen oder Kapazitätsgründen, geben wir - sofern der Kunde danach fragt – Empfehlungen ab – vermitteln andern Beratern also den Auftrag. Auf eine Provision verzichten wir. Konkrete Kooperationen mit Vereinbarungen kennen wir nicht.

**D2.3 Kooperatives Marketing (Relevanz: mittel)**

**Selbsteinschätzung 20%**

Wir arbeiten weitgehend für uns selbst – kaum in Kooperation mit andern. Dies geschieht nicht aus primärer Absicht als vielmehr durch die Nachfrage, die eine Zusammenarbeit mit andern BeraterInnen nicht wünscht bzw. erfordert.

Wir pflegen den regelmässigen Austausch jedoch in Supervisions- oder Intervisionsgruppen.

Auf der Webseite sind unter dem Begriff Netzwerk zudem 26 Organisationen aufgeführt, mit denen wir im Kontakt stehen und empfehlen können (siehe: <http://www.beratungen-gallusberg.ch/index.php?page=netzwerk> )

**Weitere Aussagen über die jeweiligen Subindikatoren hinaus**

## D3 ÖKOLOG. GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Selbsteinschätzung 40%

### **D3.1 Effizienz und Konsistenz: Produkte/ Dienstleistungen sind im ökologischen Vergleich zu P/DL von MitbewerberInnen bzw. Alternativen von gleichem Nutzen (Relevanz: hoch)** Selbsteinschätzung 80%

Es besteht im Beratungssektor kein Benchmark zu dieser Frage. Das Kundenecho ist relevant. Den Weg zum Kunden machen wir zu 90% mit dem ÖV. Berichte schreiben wir sehr wenig und wenn, dann werden Sie meistens elektronisch versandt. Beratung ist von der Dienstleistung her (Gespräche) sehr effizient und konsistent betreffend ökologische Belastung. Bei guten und sehr fortgeschrittenen Geschäftsbeziehungen könnte die Beratung auch telefonisch erfolgen oder über elektronische Medien. Wir sind aber nach wie vor überzeugt, dass Beratung zu persönlichen Fragen qualitativ eher besser und wirkungsvoller ist bei 1:1-Kontakt. Gewisse Methoden funktionieren nur im 1:1-Kontakt und die Methode lässt sich meistens nicht im Voraus festmachen. So gesehen schätzen wir uns bei 80% ein. Die Tatsache, dass die Aufträge fast ausschliesslich auf Empfehlung entstehen, zeigt mehr als deutlich, dass die Effizienz und Konsistenz aus Sicht der Kunden hoch sein muss.

### **D3.2 Suffizienz (Genügsamkeit): Aktive Gestaltung für eine ökologische Nutzung und suffizienten Konsum ( Relevanz: mittel)** Selbsteinschätzung 0%

Keine Aussagen möglich.

### **D3.3 Kommunikation: Aktive Kommunikation ökologischer Aspekte den KundInnen gegenüber (Relevanz: mittel)** Selbsteinschätzung 20%

Wir kommunizieren darüber nicht direkt – einzig damit, dass auf der Rechnung die Zugspesen und keine Autospesen sichtbar sind. Ebenso werden die Arbeitszeiten dem Fahrplan des ÖV wenn immer möglich angepasst. Auf unserem Auto sind Kleber „fahre Erdgas“ angebracht.

**Weitere Aussagen über die jeweiligen Subindikatoren hinaus**



## D5 ERHÖHUNG DES SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS

**Selbsteinschätzung 10%**

### **D5.1 Kooperation mit MitbewerberInnen und Partnern der Wertschöpfungskette (Relevanz: hoch)      **Selbsteinschätzung 20%****

Keine solchen Aufträge mit Partnern.

Mitglied in einer Branchenorganisation: Barbara Schmidt ist Mitglied des BSO Schweiz. Dort bemüht sie sich um standardisierte Kalkulationsschemen.

Durch die Mitarbeit an der GWÖ arbeiten wir an der Verbesserung der Matrix bzw. dessen Handbuch mit.

### **D5.2 Aktive Beitrag zur Erhöhung legislativer Standards (Relevanz: mittel)**

**Selbsteinschätzung 0%**

Keine Aktivitäten

### **D5.3 Reichweite, inhaltliche Breite und Tiefe (Relevanz: hoch)      **Selbsteinschätzung 0%****

Keine Aktivitäten

**Weitere Aussagen über die jeweiligen Subindikatoren hinaus**

**E1 Sinn und GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE / DIENSTLEISTUNGEN**

**Selbsteinschätzung 50%**

**E1.1 Produkte/ Dienstleistungen decken den Grundbedarf oder diesen der Entwicklung der Menschen/ der Gemeinschaft/ der Erde und generieren positiven Nutzen (Relevanz: hoch)**

**Selbsteinschätzung 50%**

Hilfreiche Tabelle zur Übersicht

Top 5 angebotene Produkte/ Dienstleistungen (in % des Umsatzes)	Deckt das P/D einen Grundbedarf (suffizient) und ist es lebensnotwendig? (Dient es dem einfachen Leben, einem guten Leben, oder ist es Luxus?)	Positive Wirkung auf Mensch/ Gemeinschaft/Erde	Negative mögliche/ tatsächliche Folgewirkung des P/D
Prozess-Beratung	Sich selbst und das Umfeld (die eigene Organisation und Rollen) verstehen lernen. Eine Sprache dazu finden, um sich zweckorientiert einzubringen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gesundheit</li> <li>- Selbstsicherheit</li> <li>- Zusammenarbeit wird vereinfacht</li> <li>- Handlungs- und Entscheidungskompetenz erhöhen</li> </ul>	vorübergehende Verunsicherungen, die jedoch aufgefangen werden und meist zu einem Entwicklungsschritt zu Gunsten aller beitragen
Einzel-Coaching	dito	dito	dito
Supervision/ Praxisgruppen	dito	dito	dito

**E1.2 Ökologischer und sozialer Vergleich der Produkte/ Dienstleistungen mit Alternativen mit ähnlichem Endnutzen ( Relevanz hoch)**

**Selbsteinschätzung 50%**

Keine Vergleiche in der Beratung bekannt und über den Methodendiskurs hinaus (fast) nur vom Kunden abhängig. Gemessen am Kundenfeedback, das ausgesprochen gut ist, schätzen wir uns selbst sehr vorsichtig mit 50% ein.

**Weitere Aussagen über die jeweiligen Subindikatoren hinaus**

## E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

Selbsteinschätzung 70 %

### E2.1 Leistungen (Relevanz: hoch)

Selbsteinschätzung 100 %

Bewertungstabelle

Sub-Indikator	Erste Schritte (0-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbildlich (61-100%)
Leistungen Relevanz: hoch	0-0,5%	0,5-1,5	1,5-2,5 %	> 2,5% Leistung: ca. 5%, entspricht ca. 100 Stunden: Äquiva- lent gemäss Bundesamt für Statistik: Fr. 8500.-

Das gesellschaftliche Engagement haben wir nie in % des Umsatzes gesehen, aber es ist in % einer Stelle ausgedrückt sicher 5%, also damit auch 5% des „verlorenen“ Umsatzes. Oder anders: bei ca. 1900 Netto-Arbeitsstunden pro Jahr sind dies rund 100 Stunden.

Das Statistische Amt des Bundes unterhält eine Webseite zur Freiwilligenarbeit in der Schweiz:  
[http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/03/06/blank/key/sat\\_kont/03.html](http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/03/06/blank/key/sat_kont/03.html)

Darauf sind u.a. nach Arbeitskategorien die Stundensätze angegeben. Für die Kategorie „Institutionelle Freiwilligenarbeit Führungsaufgaben mittleres Kader“ beträgt der äquivalente Stundenlohn für 2010 Fr. 85.20. Hochgerechnet auf 100 Stunden sind dies Fr. 8500.-.

### E2.2 Wirkungen (Relevanz: hoch)

Selbsteinschätzung 20 %

Dies ist direkt nicht abzuschätzen – beides sind strategische Organe der Trägerschaft der Schulen und aus dieser Rolle heraus dürfte eine hohe Wirkung angenommen werden. Unmittelbar ist dies nicht belegbar, jedoch mittelbar durch Beobachtung und Zeichen der Organisation. So hat mir die Fachhochschule beim Austritt in „Würdigung meines Einsatzes zum Wohle und Gedeihen der Hochschule Luzern“ ein Diplom überreicht, das mich berechtigt, den Titel „Alt-Fachhochschulrat der Hochschule Luzern“ auf Lebzeiten zu führen. Zudem hat mich die Hochschule 2014 wieder angefragt, ob ich sie in einem Managementengpass unterstützen könnte. Dies führt im Audit zur Einschätzung von 20%.

### E2.3 Intensität (Relevanz: niedrig)

Selbsteinschätzung 100 %

Es ist eine umfassende strategische und institutionelle Verantwortungsübernahme. Diese Verantwortung gilt seit der Gründung der beiden Schulen (Hochschule Soziale Arbeit 1995, Fachhochschule Zentralschweiz 2000). Da es sich um eine Fachhochschule handelt, ist die Nachhaltigkeit des Engagements deutlich gegeben.

**Weitere Aussagen über die jeweiligen Subindikatoren hinaus**



**Allgemeines**

Unsere Produkte sind Beratung, also das Gespräch. Wir können also nur durch unsere Mobilität und Infrastruktur etwas zu den ökologischen Auswirkungen beitragen (Indikator A und C). Darum haben wir diese beiden Subindikatoren mit „trifft nicht zu“ bewertet (= 0%).

**E3.1 Absolute Auswirkungen (Relevanz mittel)****Selbsteinschätzung 10%**

Zur Erhöhung der Transparenz haben wir diese Tabelle nochmals ausgefüllt. Es sind dieselben Informationen wie unter A und C. Die Anstrengung ist da, wenn auch wenig bis keine Fakten vorliegen.

Aspekt	Gesamt	Pro MA	Vergleich Branche
Strom/ Energieverbrauch in kWh	Da unsere Geschäftsräume in unserem Einfamilienhaus		keine Vergleiche vorhanden
CO 2 Ausstoß aufgrund von Heizung/ Wärme/ Sonstiges	dito		dito
CO 2 Ausstoß aufgrund von Transport	dito		dito
Wasserverbrauch in L/Tag od. Monat	dito		dito
Müll unterteilt in Schadstoffklassen in t	dito		dito
Weitere Emissionen in entsprechender Maßeinheit	dito		dito

Es gibt keine Erfassung der obigen Daten, weil die Räume im privaten Einfamilienhaus sind.

Der CO 2 Ausstoss ist sehr klein, weil wir über eine Wärmepumpe verfügen, die Strom bezieht und wir über 40% des Stromes selbst erzeugen (Voltaikanlage). Wie hoch der CO 2 Ausstoss des Fremdstroms ist, wissen wir nicht. Das Auto benutzen wir sehr wenig (siehe C3).

Der Stromverbrauch inkl. Heizung beträgt gesamthaft 12'000 kWh. Knapp 5000 kWh haben wir über die Voltaikanlage selbst produziert, somit nur 7000 kWh bezogen.

Den Wasserverbrauch kennen wir auch nur gesamthaft, also mit privatem Anteil dazu. Der Gesamtverbrauch beträgt 71m<sup>3</sup> (entspricht 71'000 Liter Wasser pro Jahr 2013 oder knapp 200 Liter pro Tag). Wir haben keinen Benchmark und damit keine Vorstellung, ob das viel oder wenig ist.

Müll gibt es keinen besonderen – einfach das, was es in jedem Haushalt gibt. Wir achten bereits beim Einkauf darauf: regional, unverpackt, direkt ab Hof u.ä.

Bei der Bewertung des Footprints ([http://www.wwf.ch/de/aktiv/besser\\_leben/footprint/](http://www.wwf.ch/de/aktiv/besser_leben/footprint/)) kommen wir auf 2.4 Planeten und entsprechen so dem Durchschnitt der Schweiz. Verbesserungen sind eindeutig möglich.

**E3.2 Relative Auswirkungen (Relevanz: hoch)****Selbsteinschätzung 0%**

Da wir keinen Branchenvergleich haben, ist eine relative Aussage nicht möglich.

**E3.3 Management und Strategie (Relevanz: hoch)****Selbsteinschätzung 0%**

Wie bereits angesprochen: wir haben auf das Unternehmen bezogen keine Erfassung – nur die Summen der beiden Bereiche ZPU und Privat. Dort wo wir Daten haben, fehlt uns der Branchenvergleich.

**Weitere Aussagen über die jeweiligen Subindikatoren hinaus**

## **E4 Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung**

**Selbsteinschätzung 0%**

NICHT FÜR EPU!

### **E4.1 Außenausschüttung (Relevanz: hoch)**

**Selbsteinschätzung 0%**

### **E4.2 Gemeinwohlorientierte Gewinnverwendung (Relevanz: hoch)**

**Selbsteinschätzung 0%**

**Weitere Aussagen über die jeweiligen Subindikatoren hinaus**

## **E5 GESELLSCHAFTL. TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG**

**Selbsteinschätzung 60%**

### **E5.1 Umfang GWÖ-Bericht (oder GRI-Level Nachhaltigkeitsbericht) (Relevanz: hoch)**

**Selbsteinschätzung 60%**

Im Laufe des Jahres 2014 für das Jahr 2013 den vorliegenden GWÖ-Bericht im Rahmen der Ausbildung zum GWÖ-Berater erstellt. Er wurde am 8. Dezember in dieser Form auditiert und ist ab Ende Dezember 2014 auf unserer Webseite [www.beratungen-gallusberg.ch](http://www.beratungen-gallusberg.ch) einsichtig.

Ebenso keine anderen Berichte erstellt. Bis heute nie eine Anfrage unsere Fakten betreffend erhalten. Es gibt kein relevantes öffentliches Umfeld, das Interesse haben könnte. Die Gemeinde und der Kanton haben Einblick über die Steuererklärung.

### **E5.2 Art der Mitbestimmung und Dokumentation (Relevanz: mittel)**

**Selbsteinschätzung 0%**

(Siehe C5)

### **E5.3 Umfang der Mitbestimmung und einbezogener Berührungsgruppen (Relevanz: niedrig)**

**Selbsteinschätzung 0%**

Keine Kontakte zu entsprechenden Berührungsgruppen.

**Weitere Aussagen über die jeweiligen Subindikatoren hinaus**

# AUSBLICK

## KURZFRISTIGE ZIELE

Auditierung im Rahmen des Lernwegs und der Zertifizierung zum GWÖ-Berater.

Berichterstellung im Rahmen einer Peer-Gruppe, die ganz wertvolle Diskussionen über das Handbuch erbrachte.

Verfeinerung der Daten zu verschiedenen Subindikatoren – soweit für die Selbstreflexion und Bewusstwerdung sinnvoll.

Engagement für eine Individualbilanz – Versuch im Rahmen der Regionalgruppe St. Gallen / Appenzell.

## LANGFRISTIGE ZIELE

Die GWÖ-Werte im Unternehmen verbessern und dies dort, wo die Wirkung am grössten ist. Eine nächste Auditierung gemäss Vorgaben der GWÖ ist die Absicht.

Organisationen und Unternehmen in der Region zum GWÖ-Thema beraten. Felix Oesch wurde am 15. Nov. 2014 in den Vorstand Verein GWÖ Schweiz gewählt. Er wird versuchen, die Strukturen so zu schaffen, dass die Bewegung und die legalen Strukturen sich unterstützen und nicht behindern bzw. erschweren. Rollenklarheit ist hier sehr gefragt.

# BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ

Der Gemeinwohl-Bilanz-Bericht entstand im Rahmen einer Peergruppen-Evaluation – siehe entsprechender Bericht dazu!

Zeitraum der Berichterstellung:

1. Entwurf: ca. 2 Monate inkl. die Erstellung des Einstiegberichts Ende 2012 im Rahmen der Ausbildung zum GWÖ-Berater.
2. Der vorliegende Bericht wurde im Rahmen der Peer-Gruppe erstellt (im Laufe des Jahres 2014 für das Geschäftsjahr 2013).

Wie viele Frau/Mann-Arbeitsstunden wurden dafür verwendet?

Schätzung: 20 Stunden (für Einstiegsbericht und Entwurf). Dann kamen 6 Sitzungen der Peer-Gruppe à 3 Stunden plus je 2 Stunden Nachbearbeitung (u.a. Protokoll) dazu = 24 Stunden. Die Erstellung des Berichts umfasste ca. weitere 20 Stunden (alles Schätzungen, nie Stunden notiert!). Total sind es also 60-80 Stunden Arbeit – sehr viel!

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

Der vorliegende Bericht ist auch der Gesellschafterin / Geschäftsführerin bekannt! Sie war bei den Gedanken und Fakten immer wieder einbezogen, am Peer-Gruppen-Prozess jedoch nicht beteiligt.

Der Bericht ist ab Ende Dezember 2014 auf unserer Webseite [www.beratungen-gallusberg.ch](http://www.beratungen-gallusberg.ch) einsehbar.

Datum: 19. Dezember 2014

---