



Gemeinwohl-Bericht der

# TESD GmbH

Vollbilanz nach Gemeinwohl-Matrix 5.0

Berichtszeitraum: 01.01.2020 bis 31.12.2021

Erstellungsdatum: 14. April 2023

# Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Informationen zum Unternehmen.....	3
Testat.....	5
A Lieferant*innen.....	6
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette.....	7
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette.....	10
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette.....	13
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette.....	16
B Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen.....	18
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln.....	19
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln.....	21
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung.....	23
B4 Eigentum und Mitentscheidung.....	25
C Mitarbeitende.....	27
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz.....	28
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge.....	33
C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden.....	38
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz.....	42
D Kund*innen und Mitunternehmen.....	45
D1 Ethische Kund*innenbeziehungen.....	46
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen.....	51
D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen.....	55
D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz.....	58
E Gesellschaftliches Umfeld.....	61
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen.....	62
E2 Beitrag zum Gemeinwesen.....	67
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen.....	71
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung.....	74

# Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname:	TESD GmbH
Rechtsform:	GmbH
Eigentum- und Rechtsforms:	
Website:	<a href="https://tesd.de">tesd.de</a> , <a href="https://ulde.de">ulde.de</a>
Branche:	Softwareentwicklung
Firmensitz:	Ulm, Deutschland
Gesamtanzahl der Mitarbeitenden:	2
Vollzeitäquivalente:	2
Saison- und Zeitarbeitende:	0
Umsatz:	43.147 €
Jahresüberschuss:	-22.452 €

Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen: keine.  
Berichtszeitraum: 01.01.2020 bis 31.12.2021

## Kurzpräsentation des Unternehmens

Wir machen Software: individuell, professionell, aus einer Hand. Das heißt: schnell, flexibel, zuverlässig. Anspruchsvolle Anwendungen in vernetzten Umgebungen sind unser Schwerpunkt. Am liebsten in Java, z.B. Web-Anwendungen, Client-Server-Architekturen, alle Arten von Schnittstellen.

## Produkte / Dienstleistungen

Produkt / Dienstleistung	Anteil am Umsatz (in %)
Software	100,00

## Das Unternehmen und Gemeinwohl

Welchen Bezug hat Ihr Unternehmen zur Gemeinwohl-Ökonomie?

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

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

Roland M. Eppelt, [r.eppelt@ulde.de](mailto:r.eppelt@ulde.de)

# Testat



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



**Zertifikat:** **Peerevaluation** **Gemeinwohl-Bilanz** **TESD GmbH**  
**M5.0 Vollbilanz** **2021** **PG-Ulm-2021**  
 zert. Begleiter\*in **Rausch** **Beteiligte Peergruppen Firmen**  
 lahaye tiedemann gestalten GbR  
 Balance of Storage Systems AG  
 Daltracon  
 ICF Germany Charter Chapter e.V.

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
<b>Berührungsgruppe</b>				
<b>A: LIEFERANT*INNEN</b>	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette:  30 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette:  40 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette:  80 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette:  30 %
<b>B: EIGENTÜMER*INNEN &amp; FINANZ-PARTNER*INNEN</b>	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln:  0 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln:  50 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung:  70 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung:  0 %
<b>C: MITARBEITENDE</b>	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz:  50 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge:  70 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden:  50 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz:  70 %
<b>D: KUND*INNEN &amp; MITUNTERNEHMEN</b>	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen:  80 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen:  20 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen:  40 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz:  60 %
<b>E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD</b>	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen:  50 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen:  70 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen:  90 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung:  40 %
			Zertifikat gültig bis <b>31.10.2024</b>	<b>BILANZSUMME: 532</b>

Mit diesem Zertifikat wird die Peerevaluation des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Zertifikat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0, ZertifikatID: 9a06v  
 Nähere Informationen zur Matrix und dem Peersystem finden Sie auf [www.ecogood.org](http://www.ecogood.org)

Hamburg, 31.10.2022

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



# A Lieferant\*innen

# A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

## A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

### Berichtsfragen

- Welche Produkte/ Dienstleistungen werden zugekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferant\*innen ausgewählt?
- Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette evaluiert?
- Wie wird geprüft, ob Verstöße gegen die Menschenwürde bei den Lieferant\*innen vorliegen?
- Wie wird auf Lieferant\*innen eingewirkt, um die Menschenwürde gegenüber ihren Berührungsgruppen stärker zu leben?
- Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

### Berichtsantwort

Wir kennen alle unsere Lieferanten persönlich. Die regionale Verbundenheit ist uns wichtig. Wir suchen aktiv nach Übereinstimmung in den kulturellen Grundwerten wie Menschenwürde, Freiheit, Gleichberechtigung und Sicherheit.

Die zentrale zugekaufte Dienstleistung ist der Serverbetrieb. Da wir nicht nur Software entwickeln, sondern diese auch für unsere Kund\*innen betreiben, ist der professionelle Serverbetrieb für die Kundenzufriedenheit eine wesentliche Voraussetzung.

Wir sind sehr froh, dass wir mit Ewers ASP einen sehr gut passenden, selbständigen Lieferanten gefunden haben. Dieser wurde ausgewählt wegen

- seiner fachlichen Kompetenz und seinen eigenen hohen Datenschutz-Anforderungen
- seiner christlichen Grundhaltung und großen kulturellen Übereinstimmung mit uns
- seiner ehrlichen und offenen Arbeit an sich selbst und auch seiner Fähigkeit, eigene Schwächen offenzulegen
- seiner örtlichen Nähe (gleicher Ortsteil).

Weiterhin lassen wir Interessenten telefonisch kalt akquirieren. Die Dienstleiterin wurde ausgewählt wegen

- ihrer fachlichen Fähigkeiten
- ihrer kulturellen Übereinstimmung mit uns

- ihrer örtlichen Nähe (Alb-Donau-Kreis).

Zuletzt haben wir in sehr geringem Umfang auch einen telefonischen Sekretariatsservice aus Ulm. Dieser wurde ausgewählt wegen

- Empfehlung aus dem Unternehmernetzwerk
- der räumlichen Nähe (Ulm)

Wir können bestätigen, dass bei allen Lieferanten überdurchschnittlich gute Arbeitsbedingungen herrschen und sich alle Lieferanten überdurchschnittlich sozial engagieren.

### Verifizierungsindikatoren

Anteil der zugekauften Produkte/ Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen

Branche	Ausgaben in €
Übrige Lieferanten	6086
J - Information und Kommunikation	12567
J - Information und Kommunikation	2681
M - Freiberufliche, wissenschaftliche und technische Dienstleistungen	1499
G - Groß- und Einzelhandel sowie Werkstätten für Kraftfahrzeuge (Anmerkung: Groß- und Einzelhandel nicht auf KFZ beschränkt)	1230
L - Immobilienwirtschaft	1200

Anteil der eingekauften Produkte/ Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden: 100 %

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

### Berichtsfragen

- Welche Bereiche der Zulieferkette weisen eine besondere Gefährdung der Menschenwürde auf?
- Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren und zu vermeiden?

### **Berichtsantwort**

Zum Glück mussten wir im Berichtszeitraum keine Hardware beschaffen.

Deshalb trifft dieser Aspekt im Berichtszeitraum nicht zu.

### **Verifizierungsindikatoren**

Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch riskant sind: 0%

Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch unbedenklich sind: 100%

# A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

## A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant\*innen

### Berichtsfragen

- Wie wird für faire und solidarische Geschäftsbeziehungen mit direkten Lieferant\*innen gesorgt, insbesondere durch Ausgestaltung der Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen sowie im operativen Tagesgeschäft?
- Wie zufrieden sind die Lieferant\*innen mit den Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen?
- Mit welchen Maßnahmen wird dazu beigetragen, dass die Lieferant\*innen über einen fairen Anteil an der Wertschöpfung verfügen?

### Berichtsantwort

Sämtliche Lieferanten haben selber die vereinbarten Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen vorgeschlagen.

Der Serverbetreiber hat bewusst einen für ihn eigentlich kurzfristig besseren Fixpreis pro Kunde ausgeschlagen und sich statt dessen eine prozentuale Umsatzbeteiligung gewünscht, die wir auch in der von ihm gewünschten Höhe vereinbart haben. Beide Seiten bewerten diese Höhe auch für die absehbare Zukunft als fair.

Das zeigt auch an, wie sehr die Lieferbeziehung von beiden Seiten auf eine langfristige Zusammenarbeit ausgerichtet ist.

Die TESD GmbH benutzt zu 100% Open Source Software. Einzelne Projekten werden nur selten direkt unterstützt. Die eigene Entwicklung steht aber unter einer freien Lizenz und stärkt damit die Open Source Community als Ganzes.

### Verifizierungsindikatoren

Durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehung zu Lieferant\*innen: 2 Jahre

Geschätztes Verhältnis des Anteils an der Wertschöpfung zwischen Unternehmen und Lieferant\*innen: 80 % : 20 %

## A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette

### Berichtsfragen

- Welche Strategien verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?
- 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

Wir fragen unsere Lieferanten alle zwei Jahre aktiv mit einem Fragebogen nach ihrem Gemeinwohl-Engagement.

Unserem Serverbetreiber sind Solidarität und Gerechtigkeit innere Anliegen. Er unterstützt Open Source Software durch seine Mitarbeit und durch finanzielle Unterstützung i.H.v. rund 500,- € pro Jahr. Seine Lieferanten sind hauptsächlich Hetzner und Amazon; Über diese ist kein ausdrückliches Engagement für Solidarität und Gerechtigkeit bekannt. Er favorisiert Produkte von Apple, das seine Lieferketten intensiv in den Blick nimmt. Seine Frau (ebenfalls IT-lerin) bewahrt ihn vor Selbstausbeutung.

Das Business Center Ulm bildet seine Mitarbeiter\*innen selber aus, mit der Möglichkeit zur Übernahme. Es setzt beim Catering auf Fairtrade-Produkte und setzt sich für zahlreiche soziale Projekte ein, z.B. der Aktion LebensWerk, ulmskleinespatzen e.V., Weihnachten im Schuhkarton und eine eigene CaritasBox. Regionale Künstler werden mit Ausstellungen in den Geschäftsräumen gefördert und der Netzwerkgedanke durch regelmäßige eigene Netzwerk-Veranstaltungen. „Gute Energie“ ist Richtlinie, sichtbar beim Umgang mit den Mitarbeitern, beim SWU-Naturstrom und an der Ausstattung nach Feng Shui.

Strom und Gas kommen von Polarstern, die selber nach GWÖ-Standard bilanzieren.

### Verifizierungsindikatoren

Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt: 0 %

Anteil der Lieferant\*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden: 100 %

## A2.3 Negativ-Aspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant\*innen

### **Berichtsfragen**

- Inwiefern besitzt das Unternehmen Marktmacht gegenüber Lieferant\*innen, und wie wird sie eingesetzt?
- Hat das Unternehmen Hinweise darauf, dass seine Lieferant\*innen unter seiner Marktmacht, insbesondere hinsichtlich Zahlungs- und Lieferbedingungen, leiden?
- Welche Beschwerden bzw. negative Berichterstattung gab es im letzten Jahr diesbezüglich?

### **Berichtsantwort**

Die Marktmacht gegenüber unseren Dienstleistern wird auf keinen Fall ausgenutzt. Darauf gibt es auch keine Hinweise – diese würden wir sofort als Anlass für eine Korrektur nehmen. Es gab weder Beschwerden noch eine negative Berichterstattung.

# A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

## A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

### Berichtsfragen

- Welche und wie viele Rohstoffe und Materialien werden in der Produktion aufgewendet?
- Welche Arten von Energie und Material und welche Technologien werden in der Produktion eingesetzt?
- Nach welchen Kriterien werden Rohwaren, Produkte, Dienstleistungen ausgewählt?
- Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?
- Welche schädlichen Umweltauswirkungen gibt es in der Zulieferkette bzw. bei zugekauften Produkten?
- Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant\*innen berücksichtigt?
- Durch welche Maßnahmen wird eine Reduktion der Umweltauswirkungen bei den direkten Lieferant\*innen und in der gesamten Zulieferkette erreicht?
- Welche Unterschiede gibt es zum Mitbewerb hinsichtlich ökologischem Einkauf?

### Berichtsantwort

„Nicht zum Schaden der Umwelt“ ist eines unserer drei Nachhaltigkeits-Ziele.

Auf die ökologischen Auswirkungen der Produktion elektronischer Geräte haben wir leider keinen Einfluss.

Unsere wichtigste Maßnahme ist daher die Vermeidung von Konsum. Wir nutzen unsere Geräte möglichst lange und reparieren so viel wie möglich. 2021 konnten wir zwei defekte Elektrogeräte mit individuell 3D-gedruckten Ersatzteilen aus dem Ulmer Digitalisierungszentrum reaktivieren.

Nach Möglichkeit beschaffen wir gebrauchte Möbel und Geräte. Beispiele sind der Büroschrank, der S/W-Drucker, zwei Router und unser Server. Wir drucken intern grundsätzlich auf die Rückseite von bereits bedrucktem Papier.

Die letzten Beschaffungen über 500 € waren 2018 ein Farbdrucker, 2017 ein gebrauchter Erdgas-PKW, 2016 ein Monitor und 2014 ein PC.

Die Auswahl von Produkten erfolgt primär nach Nachhaltigkeits-Kriterien: dauerhaft niedrige ökologische Auswirkungen, lange Haltbarkeit und möglichst lange Nutzungsdauer.

Wir bevorzugen einheimische, mittelständische Lieferanten. Amazon kommt als Lieferant nie in Frage. Zukünftig wird dabei auch das Nachhaltigkeits-Engagement des Lieferanten berücksichtigt.

Wir beziehen 100% Naturstrom und 100% Bio-Gas von Polarstern, welches selbst GWÖ-bilanziert.

Unser Server-Dienstleister bezieht 100% SWU-Öko Strom und 100% Öko-Gas. Er achtet bei der Anschaffung von Produkten auf niedrige Verbrauchskosten; häufig setzt er auf Apple-Produkte. Seine Server mietet er bei Hetzner aus Nürnberg, die ihre Rechenzentren mit 100% Strom aus Wasserkraft der TÜV-zertifizierten Energiedienst AG betreiben.

Kritisch ist grundsätzlich die Server-Hardware zu sehen, deren Umweltauswirkungen in der Produktion völlig unklar sind, auch wenn bei Hetzner Investitionsentscheidungen durch die Energieeffizienz bestimmt werden.

Das Business Center Ulm bezieht zu 100% SWU-Naturstrom. Beim Catering setzt es auf Demeter- und Bioprodukte. Mit der CaritasBox sammelt es gebrauchte Tonerkartuschen, Tinenpatronen und Handys, um diese umweltschonend zu recyceln.

### **Verifizierungsindikatoren**

Anteil der eingekauften Produkte/ Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind: 100 %

Anteil der Lieferant\*innen, die zur Reduktion ökologischer Auswirkungen beitragen: 100 %

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

### **Berichtsfragen**

- Welche Lieferant\*innen bzw. Produkte der Zulieferkette weisen besonders hohe schädliche Umweltauswirkungen auf?
- Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren?

### **Berichtsantwort**

Die gesamte IT-Technik ist bezüglich der ökologischen Auswirkungen in der Produktion intransparent.

Unsere Maßnahme, um die Auswirkungen zu reduzieren: Wir mieten für unsere Kunden keine ganzen Server, sondern teilen uns Server mit vielen anderen Nutzern.

### **Verifizierungsindikatoren**

Anteil der eingekauften Produkte/ Dienstleistungen, die mit unverhältnismäßig hohen Umweltauswirkungen einhergehen: 5 %

# A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

## A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant\*innen

### Berichtsfragen

- Welche Informationen werden in welchem Umfang Lieferant\*innen zur Verfügung gestellt?
- Wie und in welchem Umfang wird Lieferant\*innen in relevanten Situationen und Bereichen Mitentscheidung ermöglicht?
- Wie zufrieden sind Lieferant\*innen mit der Informationspolitik und den Mitentscheidungsrechten des Unternehmens?

### Berichtsantwort

Wir sehen unseren Server-Dienstleister Ewers ASP als strategischen Partner, mit dem wir gemeinsam unsere Geschäftsmodelle entwickeln. Transparenz ist dafür grundlegende Voraussetzung.

Ewers ASP kennt alle unsere Kunden, die Q einsetzen. In diesem Bereich sehen wir klar unsere Zukunft. Deren Umsätze werden monatlich einzeln gemeldet und abgerechnet. Alle wesentlichen Geschäfts-Strategien werden mit ihm abgestimmt.

Explizite Mitentscheidungsrechte gibt es nicht, seine Meinung ist aber geschätzt und wiegt schwer. Die Preiskalkulation ist mit ihm gemeinsam abgestimmt.

Über die immer weniger werdenden Alt-Kunden gibt es kein eigenes Reporting. Dieser Bereich wird auch zukünftig weiter schrumpfen.

Gegenüber dem Business Center Ulm gibt es keine explizite Transparenz oder Mitentscheidungsrechte, die über das übliche Maß hinaus gehen.

## A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette

### **Berichtsfragen**

- Welche Strategie verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?
- 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**

Mit Ewers ASP haben wir die Themen Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette erörtert. Hetzner und Apple sind organisatorisch eher hierarchisch aufgestellt; gegenüber deren Lieferanten ist kein Engagement bezüglich Transparenz und Mitentscheidung bekannt. Zumindest bei Hetzner wäre es denkbar, die diesbezügliche Haltung explizit zu erfragen.

Wir werden zukünftig bei unseren Lieferanten für eine GWÖ-Bilanzierung werben, was auch positive Auswirkungen auf Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette haben dürfte.

Darüberhinaus haben wir die Themen Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette bislang nicht in den Blick genommen.

### **Verifizierungsindikatoren**

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

0 %

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

40 %

## **B Eigentümer\*innen und Finanzpartner\*innen**

# B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

## B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

### Berichtsfragen

- Wie kann eine ausreichende Risikodeckung durch Eigenmittel gesichert werden?
- Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden in Betracht gezogen?

### Berichtsantwort

Seit 2019 entwickelt die TESD GmbH die Marke "ULDE – Die Ulmer Datenbank-Experten". Dazu hat sie bewusst umfangreich Eigenmittel investiert und befindet sich in der Start-Up-Phase. Außerdem stundet der Gesellschafter seine Forderungen aus Leistungen und Gehalt zinsfrei gegenüber der GmbH. Die immateriellen Güter sind bilanziell nicht bewertet, weshalb der Eigenkapitalanteil der TESD GmbH in der Bilanz negativ ausfällt.

Es besteht eine positive Fortführungsperspektive; Kunden und Umsätze wachsen stetig. Die Liquidität ist gesichert.

Laut einem Bericht von Creditsafe vom August 2020 betrug die EK-Quote in der deutschen IT-Branche 26,8%.

### Verifizierungsindikatoren

Eigenkapitalanteil: 0 %

Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche: 26,8 %

## B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

### Berichtsfragen

- Welche Form und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/ oder über Ethikbanken können umgesetzt werden bzw. sind relevant?
- Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken konkret verringert werden?

### **Berichtsantwort**

Die TESD GmbH arbeitet seit ihrer Gründung 2006 ausschließlich mit Eigenmitteln und das soll auch zukünftig so bleiben. Ausnahmen sind lediglich nicht fällige Verbindlichkeiten sowie Liquiditäts-Darlehen durch den Gesellschafter und Mitarbeiter.

Fremdkapital von Nicht-Gesellschaftern kommt nicht in Betracht.

### **Verifizierungsindikatoren**

Fremdkapitalanteil: 100 %

Finanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart:

Finanzierungsart	Betrag in €
Nicht fällige Verbindlichkeiten	12000
Gesellschafter-Darlehen	8000

## **B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner\*innen**

### **Berichtsfragen**

- Welche Finanzpartner\*innen hat das Unternehmen?
- Wie sind die Finanzpartner\*innen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten?

### **Berichtsantwort**

Das Bankkonto führt die Fidor Bank. Ethische Standards sind nicht bekannt.

### **Verifizierungsindikatoren**

Bis zu drei wesentliche Finanzpartner\*innen; jeweils Partnerinstitut, Finanzprodukt und Geschäftsumfang (Jahresvolumen) mit dem Partnerinstitut

Partner*inneninstitut	Finanzprodukt	Geschäftsumfang (Jahresvolumen)
Fidor Bank	Girokonto	60000 €

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- Wechsel zu einer Bank mit Nachhaltigkeits-Standards

# B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

## B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

### Berichtsfragen

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

### Berichtsantwort

Der Eigentümer hat seit der Gründung 2006 keine Kapitalerträge ausgeschüttet und hat das auch für die Zukunft nicht vor. Im Gegenteil: Er unterstützt das Unternehmen durch die zinslose Stundung von Verbindlichkeiten.

Zukunftsausgaben im Berichtszeitraum sind:

- Weiterentwicklung der Low-Code-Plattform zur Online-Self-Service-Anwendung. Ziel: Franchise-System zum Citizen Development.
- Coaching und Training zu: User Experience, User Interface, Vertriebs, Telefon
- GWÖ-Bilanzierung
- Einführung eines CRM-Systems
- Vertriebstätigkeit aufnehmen: telefonische Kaltakquise, Netzwerken (NET, BNI),
- Automatisierung der Faktura
- Anschaffung einer Photovoltaik-Anlage.

Das meiste wird durch den Eigentümer eingebracht; alles andere aus eigenen Erträgen finanziert. Fremdkapital kommt dafür nicht in Frage.

Der Eigentümer hat seit der Gründung 2006 kein Interesse an Kapitalerträgen.

### Verifizierungsindikatoren

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit: 0 €

Gesamtbedarf Zukunftsausgaben: 4800 €

Getätigter strategischer Aufwand: 0 €

Anlagenzugänge: -3016 €

Zuführung zur Rücklage: 0 €

Auszuschüttende Kapitalerträge: 0 €

Auszuschüttende Kapitalerträge in % vom Stamm- oder Grundkapital: 0 %

## B2.2 Negativ-Aspekt: Unfaire Verteilung von Geldmittel

### **Berichtsfragen**

- Aus welchem Grund wird/wurde ein Standort trotz Gewinnlage verlagert oder geschlossen?
- Aus welchem Grund werden im Unternehmen trotz stabiler Gewinne Arbeitsplätze abgebaut?
- Aus welchem Grund werden zweistellige Renditen als Kapitalerträge an nicht im Unternehmen tätige Gesellschafter\*innen ausbezahlt?

### **Berichtsantwort**

Im Juli 2021 hat der Auszubildende seine Prüfung zum Fachinformatiker Anwendungsentwicklung erfolgreich abgelegt. Er konnte aber nicht übernommen werden.

Darüberhinaus fand kein Arbeitsplatzabbau statt.

Sobald es die Liquidität erlaubt, soll wieder ein Ausbildungsplatz angeboten werden.

An nicht mittätige Gesellschafter wurden keine Renditen ausgeschüttet.

# B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

## B3.1 Soziale und ökologische Qualität von Investitionen

### Berichtsfragen

- Welche Sanierungsziele an/ in den eigenen Anlagen haben soziales und ökologisches Verbesserungspotenzial?
- Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt, und welche Förderprogramme können genutzt werden?
- Wie wird bei Investitionsentscheidungen das Berücksichtigen ökologischer und sozialer Aspekte gesichert?
- Welche Sanierungen wurden/werden konkret vorgenommenen?

### Berichtsantwort

Das Anlagevermögen besteht aus 2 Erdgas-PKW und Büroausstattung.

Die PKW sind gebraucht gekauft und werden möglichst lange genutzt, um die ökologischen Auswirkungen der Kfz-Produktion zu minimieren – die Reduktion des Ressourcenverbrauchs ist nachhaltiger als die Investition in ökologische Alternativen. Zukünftige Kfz sollen ausschließlich mit erneuerbaren Energien betrieben werden.

Bei der Büroausstattung wird auf Energieeffizienz geachtet. Eine hohe Qualität der Büroausstattung sorgt für eine lange Nutzung.

Mit der anzuschaffenden Photovoltaik-Anlage soll Strom lokal erzeugt werden. Bei Hersteller, Lieferant und Handwerker wird auf Nachhaltigkeit, Regionalität und Gemeinwohlorientierung geachtet.

### Verifizierungsindikatoren

Investitionsplan inkl. des ökologischen Sanierungsbedarfs

Geplante Investition	Betrag in €
PV-Anlage	1000

Realisierung der ökologischen Sanierung

## B3.2 Gemeinwohlorientierte Geldanlagen

### Berichtsfragen

- In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an solidarischen Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?
- Woher werden Informationen über die erwarteten sozial-ökologischen Wirkungen der Projekte oder angebotenen Nachhaltigkeitsfonds bezogen?

### Berichtsantwort

Der Quelltext der Low-Code-Plattform „Q“ wird noch im Berichtszeitraum veröffentlicht und mit der AGPL kostenlos an die Allgemeinheit lizenziert.

Von 2013 bis 2020 hat die TESD GmbH die Entschuldung eines befreundeten Vaters begleitet und mit einem Darlehen unterstützt.

Der Unternehmer hat sich selbst schon an einigen Crowdfunding-Projekten beteiligt, z.B. über StartNext. Er ist dadurch Genosse bei der demokratieförderenden brabbl eG.

### Verifizierungsindikatoren

Finanzierte Projekte

Fonds-Veranlagungen

## B3.3 Negativ-Aspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

### Berichtsfragen

- Welche ökologisch bedenklichen Ressourcen werden für das Geschäftsmodell eingesetzt?
- Welche Maßnahmen zur Reduktion entsprechender Abhängigkeit wurden geplant oder sind in Umsetzung, und welche Wirkung wird damit erreicht?
- Was bedeutet ein Ausstieg aus fossilen Energieträgern für das Unternehmen?

### Berichtsantwort

Das Unternehmen nutzt in den Geschäftsräumen ausschließlich erneuerbare Energien (100% Naturstrom, 100% Biogas).

Zukünftig sollen auch die Server mit erneuerbaren Energien betrieben und gekühlt werden.

Eine direkte Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen besteht nicht.

# B4 Eigentum und Mitentscheidung

## B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

### 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 werden neue Eigentümer auf diese Aufgaben vorbereitet?
- Wie wird das Erweitern und Verbreitern der Eigentümer\*innenstruktur gefördert?
- Wie hat sich die Eigentümer\*innenstruktur in den letzten Jahren entwickelt, und wie wird die Veränderung abgesichert?

### Berichtsantwort

Der Gründer hält 100% Anteil an der TESD GmbH.

Eine Verbreiterung der Eigentümerbasis ist denkbar, wurde bislang aber nicht aktiv gefördert.

### Verifizierungsindikatoren

Verteilung des Eigenkapitals in folgenden Kategorien (Eigenkapitalstruktur in %)

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

## B4.2 Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahme

### **Berichtsfragen**

- Welche Begründung gibt es für eine bereits erfolgte oder geplante feindliche Übernahme?
- Wie kann das Unternehmen vor feindlichen Übernahmen geschützt werden?

### **Berichtsantwort**

Eine feindliche Übernahme ist aufgrund der Eigentümerstruktur nicht möglich.

## **C Mitarbeitende**

# C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

## C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur

### Berichtsfragen

- Welche Maßnahmen und Prozesse für eine mitarbeitendenorientierte Unternehmenskultur wurden bereits installiert?
- Wie wird mit Fehlern und Konflikten im Unternehmen umgegangen?
- Wie werden Selbstorganisation und Eigenverantwortung gefördert?

### Berichtsantwort

Die TESD GmbH beschäftigte im Berichtszeitraum zwei feste und drei freie Mitarbeiter.

Alle Mitarbeiter\*innen legen ihre Aufgaben, ihre Ziele, ihren Zeiteinsatz, ihren Arbeitsort und ihre Bezahlung in Absprache mit der Geschäftsführung selber fest und können das auch jederzeit verändern. Vereinbarungen werden nur akzeptiert, wenn alle Beteiligten sie als fair und sinnvoll empfinden.

Als reines Dienstleistungsunternehmen führen hier ausschließlich die Mitarbeiter\*innen, denn diese haben das Wissen über Kunden, Technik und Prozesse. Leitungsfunktion ist bei uns zu allererst eine Dienstleistung für das Team. Jede\*r Mitarbeiter\*in wird nach Möglichkeit dabei unterstützt, aus ihrer/seiner Perspektive und mit ihren/seinen Möglichkeiten Verantwortung und Führung zu übernehmen, beginnend z.B. bei Fragen der internen Organisation, bei Kundentreffen oder Freizeit+Feiern. Die Leitungsfunktion soll bewusst immer weniger bei der Geschäftsführung liegen, auch wenn das für alle Beteiligten häufig bequem ist.

Wo Menschen arbeiten, passieren auch Fehler. Das ist grundsätzlich positiv, weil es eine Gelegenheit zum Lernen eröffnet. Gemeinsam im Team werden zunächst die betroffenen Kunden zufrieden gestellt. Als zweites muss dann aber auch der betroffene Prozess gemeinsam verbessert werden, damit alle Kolleg\*innen von der Situation profitieren. Wer den Fehler verursacht hat, der trägt die Verantwortung, dass der neue, verbesserte Prozess auch tatsächlich eingehalten und langfristig zur neuen Gewohnheit für alle wird.

Wir achten im Unternehmen auf einen wertschätzenden und sachlichen Umgang miteinander. Dafür gibt es einfache, aber wirksame Sprechregeln. Das angestrebte Ideal ist Gewaltfreie Kommunikation nach Rosenberg.

Wir versuchen Konflikte bewusst zu machen und anzusprechen. Falls Konsens nicht erreichbar ist, besteht immerhin Klarheit über den Dissens und die Chance auf einen Kompromiss oder eine spätere Klärung.

Da die Firma noch klein ist, geschieht all dies zur Zeit über die Vorbildfunktion des Geschäftsführers und persönliche Gespräche. Das zu systematisieren ist eine Aufgabe für die Zukunft.

### **Verifizierungsindikatoren**

Fluktuationsrate: 12,5 %

Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit: 5,75 Jahre

Anzahl an Bewerbungen auf Stellenausschreibungen: 8

Anzahl an Initiativbewerbungen: 25

Anzahl an Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur: 0

Regelmäßigkeit von Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur: Unregelmäßig

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

Entwicklungsangebot	Mitarbeitende bzw. Führungsebene	Stunden pro Mitarbeitenden
Ausbildung	Azubi	38/Woche

## **C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz**

### **Berichtsfragen**

- Welche Maßnahmen wurden zur betrieblichen Gesundheitsförderung und zum Arbeitsschutz umgesetzt, und wie werden sie evaluiert?
- Von welchen gesundheitlichen Herausforderungen bzw. Schädigungen könnten die Mitarbeitenden betroffen sein, und welche Maßnahmen werden zu ihrem Schutz getroffen?

### **Berichtsantwort**

Da unsere Mitarbeiter\*innen die meiste Zeit am Schreibtisch zubringen, legen wir Wert auf sehr hochwertige Ausstattung: vielfach individuell einstellbare Stühle, elektrisch höhenverstellbare, große Schreibtische, sehr große Bildschirme und ergonomische Eingabegeräte.

Alle Mitarbeiter\*innen achten bei sich und ihren Kolleg\*innen auf ausreichend Pausen und Bewegung. Vor Corona waren gemeinsame Frühstücks-, Mittags- und Kaffeepausen und gemeinsame Spaziergänge selbstverständlich.

### Verifizierungsindikatoren

Gesundheits-/ Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung)

Altersgruppe	Gesundheits-/ Krankenquote (in %)
18-25	2,5

Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen: 0 Tage

Krank zur Arbeit zu kommen, macht bei uns überhaupt keinen Sinn. Da verursacht man mehr Schaden als Nutzen. Deshalb wird jede\*r Kranke konsequent wieder heimgeschickt.

Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle

Unfallart / Ausmaß	Anzahl
Keine	0

In Anspruch genommene Angebote durch die Mitarbeitenden: Inhalte und Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden

## C1.3 Diversität und Chancengleichheit

### Berichtsfragen

- Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von sowie im Umgang mit Mitarbeitenden, und welche Betriebsvereinbarungen bzw. Maßnahmen gibt es bereits?
- In welchen Bereichen könnten sich (potenzielle) Mitarbeitende benachteiligt fühlen, und was wird dagegen getan?
- Welche Maßnahmen wurden bereits ergriffen, um (hierarchische) Unterschiede auszugleichen und besondere Talente zu fördern?

### Berichtsantwort

Selbstverständlich spielen Alter, geschlechtliche Identität, Ethnie, körperliche/psychische Einschränkungen, sexuelle Orientierung, Religion und andere Merkmale im Einstellungsprozess und beruflichen Alltag keine Rolle.

Im Gegenteil: Wir wissen um den Vorteil gemischter Teams und setzen uns aktiv für eine vielfältige Mitarbeiterschaft ein.

Bei der Suche nach Auszubildenden werden besonders Menschen mit abgebrochenem Studium bevorzugt.

Als ersten Schritt zur Chancengleichheit, versuchen wir jeden Menschen nach seinem Stand bestmöglichst individuell zu fördern.

Konkrete Maßnahmen zur Verbesserung im Umgang mit und des Bewusstseins für Diversität und Chancengleichheit gibt es aber noch nicht.

### **Verifizierungsindikatoren**

Demografische Verteilung der Mitarbeitenden im Unternehmen in Hinblick auf Dimensionen der Diversität (z.B. Alter, Geschlecht, Ethnie, körperliche/ psychische Einschränkungen, sexuelle Orientierung, Religion – sofern erhebbar und relevant) sowie getrennt nach Führungsebenen

Die demographische Verteilung der Mitarbeitenden im Unternehmen entspricht weitgehend der Gesellschaft in Bezug auf Alter, Geschlecht, körperliche/psychische Einschränkungen und sexuelle Orientierung. Leicht überdurchschnittlich viele Mitarbeitende sind türkischer Herkunft und islamischen Glaubens.

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

Gesellschaftliche Diversität des Umfelds (zumindest nach den Kerndimensionen von Diversität)

Karenzdauer von Müttern: 0 Monate

Karenzdauer von Vätern: 0 Monate

Nach den Dimensionen aufgeschlüsselte Anzahl von Neueinstellungen/ Fluktuationen

## **C1.4 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen**

### **Berichtsfragen**

- In welchen Bereichen gibt es (potenzielle) menschenunwürdige Arbeitsbedingungen, die noch nicht dem angestrebten bzw. gewünschten Standard entsprechen?
- Welche Rückmeldungen dazu gibt es im Betriebsrat bzw. in der Personalabteilung?
- Wie wird auf mögliches Fehlverhalten im Unternehmen aufmerksam gemacht?

## **Berichtsantwort**

### **Verifizierungsindikatoren**

Statement von Betriebsrat und/ oder Personalabteilung zu diesen Fragen: keine

Gerichtsprozesse/ Rechtsverfahren bzgl. Verletzung des Arbeitsrechts, die es im Berichtszeitraum gab: keine

Anzahl/ Inhalt der Beschwerden von Seiten des Betriebsrates bzw. der AK bzw. der Gewerkschaft im Berichtszeitraum sowie Reaktion auf diese Beschwerden: keine

# C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

## C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

### Berichtsfragen

- Wie wird erbrachte Leistung in der Organisation abgegolten, und wie transparent sind die zugrunde liegenden Konditionen?
- 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?

### Berichtsantwort

Der Verdienst wird gemeinsam von Mitarbeiter\*in und Geschäftsführung vereinbart. Dabei gilt als oberste Maxime immer das Gebot der Fairness: Alle Mitarbeiter\*innen sollen sich gerecht bezahlt fühlen. Kriterien sind der eigene Beitrag zum Unternehmen (aus der eigenen Sicht und der Sicht des Unternehmens), der eigene Bedarf (z.B. familiäre Situation) und auch die Vergleichbarkeit zu ähnlichen Stellen anderer Unternehmen.

Dieses wird bei Änderungen (andere Aufgaben, familiäre Situation, Umzug) angesprochen und erneut geprüft.

Die Transparenz über den Verdienst liegt in den Händen der Mitarbeiter\*innen. Das Unternehmen selbst verlangt weder Geheimhaltung, noch gibt es selber Verdienste bekannt.

Jede\*r Mitarbeiter\*in kann jederzeit eine Verdienständerung unter Verweis auf o.g. Kriterien verlangen. Ggfs. müssen Kolleg\*innen die Fairness des verlangten Verdienstes bestätigen.

Erfahrungsgemäß gehen die Mitarbeiter\*innen sehr verantwortungsbewusst mit ihren Verdienstforderungen um. In der Vergangenheit jedenfalls musste noch nie eine Verdienstforderung abgelehnt werden. Im Gegenteil haben Mitarbeiter\*innen in (unternehmerisch) schlechten Zeiten schon freiwillig auf Gehalt verzichtet.

### Verifizierungsindikatoren

Höchstverdienst: 1800 €

Mindestverdienst: 1000 €

Innerbetriebliche Spreizung (Verhältnis Höchst- zu Mindestverdienst): 1:1,8

Medianverdienst: 1200 €

Standortabhängiger "lebenswürdiger Verdienst" (für alle Betriebsstandorte)

## C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

### **Berichtsfragen**

- 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?

### **Berichtsantwort**

Die Mitarbeitenden legen mit ihrem Verdienst auch ihre Aufgaben und den eigenen zeitlichen Umfang fest. Spätestens bei jeder Änderung der Situation wird angesprochen, ob das auch wirklich im Durchschnitt passt.

Jede\*r Mitarbeiter\*in gestaltet seine/ihre Arbeitszeiten nach eigenem Ermessen und den eigenen Bedürfnissen. Lediglich die gesetzlichen Vorgaben zu Höchstarbeits- und Ruhezeiten sind zwingend einzuhalten.

Grundsätzlich soll die/der Mitarbeiter\*in dann arbeiten, wenn es ihr/ihm damit gut geht. Geht es den Mitarbeiter\*innen gut, geht es auch der Firma gut!

Eine allgemein vorgegebene Wochenarbeitszeit gibt es nicht. Ebenso wenig gibt es Kernarbeitszeiten oder Anwesenheitspflichten.

Die rechtlich vorgeschriebene Dokumentation der Arbeitszeiten obliegt jedem einzelnen selber; eine Berichtspflicht gibt es nicht.

All das wird von Geschäftsführung und Kollegen so gelebt und intern auch so weitergegeben. Für neue Mitarbeiter\*innen ist diese Freiheit immer wieder irritierend. Dazu gehört aber auch der Lernprozess über die damit verbundene Verantwortung – auch der Verantwortung gegenüber sich selbst!

### **Verifizierungsindikatoren**

Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z.B. 38 Stunden): 36 Stunden

Die 36 Wochenstunden gelten für Azubis – das ist das von der IHK vorgegebene Minimum. Ansonsten ist die Wochenarbeitszeit individuell.

Tatsächlich geleistete Überstunden: 0 Stunden

## C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und Work-Life-Balance

### Berichtsfragen

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

### Berichtsantwort

Die Arbeitsmodelle sind vollkommen individuell frei gestaltbar. Wichtig ist, dass die vereinbarte Leistung erbracht werden kann und es Mitarbeiter\*in und Kolleg\*innen damit gut geht. Selbstverständlich können alle Vereinbarungen jederzeit flexibel neu abgeprochen werden.

Gegenwärtig arbeiten alle Mitarbeiter\*innen in ihrem Home-Office oder im selbstgewählten Büro. Zukünftig soll aber wieder ein gemeinsames Büro als Treffpunkt angeboten werden.

### Verifizierungsindikatoren

Auflistung aller möglichen Arbeitsmodelle

Arbeitsmodell	Erläuterungen
vollkommen flexibel.	Eben nach Absprache.

Anzahl der Führungskräfte/ Mitarbeitenden mit individuellen Arbeitsmodellen (z.B. Teilzeit, Jobsharing): 100%

## C2.4 Negativ-Aspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

### Berichtsfragen

- Kann für alle Mitarbeitenden ein „lebenswürdiger Verdienst“ sichergestellt werden, und falls nicht, was sind die Gründe dafür?
- Welche Rolle spielt die „investierte“ Arbeitszeit bei der Erreichung von Karriere-schritten oder der Bewertung des Engagements der Mitarbeitenden?
- Welcher Verdienst ist für Hilfskräfte und Mitarbeitende in Ausbildung (z.B. Schüler\*innen, Auszubildende, Praktikant\*innen, Werkstudent\*innen) gerechtfertigt?

- Welches Risiko tragen Zeitarbeitende (z.B. bei Saisonarbeit), und welche Konditionen können einen Risikoausgleich schaffen?
- Wie viel Befristung bei den Arbeitsverträgen bringt die Interessen von Organisation und Mitarbeitenden zusammen?

### **Berichtsantwort**

Ein „nur lebenswürdiger Verdienst“ wäre eindeutig zu wenig. Wegen der gebotenen Fairness berücksichtigen wir nicht nur die Leistung sondern eben auch die individuellen Bedürfnisse.

Das Engagement der Mitarbeiter\*innen wird überwiegend aus dem „Jetzt“ bewertet. Historische Erfolge und „Arbeitszeitinvestitionen“ sollten zeitnah belohnt werden sein. Falls nicht, wäre das nachzuholen. Ein Anspruch auf „Karriere“ jedenfalls wegen vergangener Anstrengungen gehört nicht zu unserer Kultur.

Selbstverständlich werden auch mit Schüler\*innen, Auszubildenden, Praktikant\*innen und Werkstudent\*innen faire Konditionen vereinbart, die die Leistung und die Bedürfnisse gerecht widerspiegeln.

Zeitarbeitende übernehmen einen Teil des unternehmerischen Risikos. Entsprechend muss der Verdienst höher sein. Tatsächlich aber halten wir das Modell „Zeitarbeit“ grundsätzlich für keine gute Idee.

Arbeitsverträge sind bei uns immer unbefristet (außer Ausbildungsverträge).

### **Verifizierungsindikatoren**

Gewinn: -22452 €

Höchstverdienst: 1800 €

Mindestverdienst: 1000 €

Standortabhängiger „Lebenswürdiger Verdienst“

Anzahl aller Beschäftigten (inkl. Zeitarbeitenden): 5 Personen

Hier sind auch freie Mitarbeiter und Auszubildende mitgezählt. Fest angestellt ist derzeit nur der Geschäftsführer.

Mitarbeitendenanzahl: 1

Anzahl der Pauschalverträge: 0

Anzahl der Null-Stunden-Verträge: 0

Anzahl der Zeitarbeitenden: 0 Personen

Mindestvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden

Maximalvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden

Anteil von befristeten Arbeitsverträgen: 0 %

Laufzeit von befristeten Arbeitsverträgen

Verlängerungspraxis von befristeten Arbeitsverträgen

# C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

## C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

### Berichtsfragen

- Welchen Wert legt das Unternehmen auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz, und wie sieht das in der täglichen Praxis aus?
- Welche Angebote gibt es in der Kantine? Gibt es eine Küche/ Kochmöglichkeit oder Belieferung (Catering z.B. direkt vom Bauernhof, ein Obstkorb)?

### Berichtsantwort

Die TESD GmbH bekennt sich klar zu nachhaltiger Ernährung. Besonders Fleisch beurteilen wir aus Sicht der Ökologie und Tierwürde als kritisch. Obst und Getränke am Arbeitsplatz sind selbstverständlich.

Eine biologische Zertifizierung ist uns umso wichtiger, je mehr davon im Büro verbraucht wird. Deshalb ist Obst immer Bio, Kaffee sogar Bio und fair gehandelt.

Viele Impulse kommen von den Mitarbeiter\*innen selber, z.B. gemeinsames Kochen oder die verantwortungsbewusste Wahl des Mittagstisches.

Da seit Corona aber alle Mitarbeiter\*innen im Home-Office sind, ist uns der Aspekt „Ernährung“ aus dem Blick geraten. Praktisch obliegt die gesunde Ernährung jetzt jedem Einzelnen individuell.

Für die Zukunft wollen wir wieder im Büro die nachhaltige Ernährung der Mitarbeiter\*innen gut unterstützen.

### Verifizierungsindikatoren

Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft: 10 %

## C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

### Berichtsfragen

- Welche Verkehrsmittel benutzen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?

- Welche Möglichkeiten gibt es für Mitarbeitende, ihren Arbeitsweg umweltschonender zurückzulegen?
- Welche Anreize für umweltbewussteres Mobilitätsverhalten stellt das Unternehmen bereit – auch bei Dienstreisen?

### **Berichtsantwort**

Dank coronabedingtem Home-Office gehen alle Mitarbeiter\*innen zu Fuß zur Arbeit. Dieses Modell wird von uns aktiv favorisiert.

Falls wir je wieder in ein Büro zurückkehren, dann muss dieses sehr gut mit ÖPNV und Fahrrad erreichbar sein und es muss sichere und trockene Fahrrad-Abstellmöglichkeiten geben. Auf dem Berg sollte auch eine Dusche vorhanden sein. Außerdem werden wir den Mitarbeiter\*innen für den Weg ins Büro dann auch JobRad und JobTicket anbieten. Parkplätze werden wir nicht anmieten.

Dienstwagen (Erdgas; 117 g/km CO<sub>2</sub>) gibt es bei uns nicht pauschal; die private Nutzung ist aber gegen kostendeckendes km-Geld möglich.

Für Dienstfahrten muss immer die Bahn als Alternative geprüft werden.

### **Verifizierungsindikatoren**

Anteil der Anreise mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß

Verkehrsmittel	Anteil (in %)
zu Fuß	100
Rad	
PKW	
Öffentliche Verkehrsmittel	
Summe	

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- ÖPNV-Ticket/Anteil für Mitarbeiter\*innen

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

### **Berichtsfragen**

- Wie kann die Unternehmenskultur hinsichtlich ökologischer Aspekte beschrieben werden?

- Welche Rolle spielen ökologische Themen in Weiterbildungsangeboten und bei der Personalrekrutierung?
- Welche Sensibilisierungsmaßnahmen finden innerhalb dieses Rahmens statt?
- Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden (dies auch mit Blick auf die Anwendung im Privaten)?

### **Berichtsantwort**

Unsere Definition von Nachhaltigkeit lautet:

- Nicht auf Kosten der Umwelt!
- Nicht auf Kosten anderer Menschen!
- Nicht auf Kosten zukünftiger Generationen!

Diese eigene Verantwortung ist im Unternehmen fest verankert. Alle Mitarbeiter\*innen prüfen ständig ihr eigenes Wirken und das der Firma unter diesen drei Nachhaltigkeits-Aspekten – jeder für sich und im gegenseitigen konstruktivem Austausch. Auch die Geschäftsführung darf und soll kritisch geprüft werden!

Alles andere wäre einfach nur asozial.

Zusätzlich zu den genannten Themen Mobilität und Ernährung gehört bei uns dazu:

- die Wahl der Lieferanten
- Literatur in der Firmen-Bibliothek
- standardmäßig nur auf Schmierpapier drucken
- die entsprechende Prüfung im Einstellungsprozess
- die GWÖ-Bilanzierung

Die Weiterbildung erfolgt unternehmensintern durch das Vorbild der Geschäftsführung, den gelebten Alltag und externe Impulse, wie z.B. den regelmäßigen GWÖ-Lunch-break.

### **Verifizierungsindikatoren**

Bekanntheitsgrad der Unternehmenspolitik zu ökologischem Verhalten: 100 %

Akzeptanzgrad des ökologischen Betriebsangebots bei Mitarbeitenden: 100 %

## **C3.4 Negativ-Aspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens**

### **Berichtsfragen**

- Welche der unten stehenden Negativaspekte treffen im Unternehmen zu?

## **Berichtsantwort**

Es steht in unserer Verantwortung, die Erde in einem besseren Zustand zurückzulassen als wir sie vorfinden. Alles andere kann nicht geduldet werden.

Keiner der Negativaspekte trifft zu.

Es gibt Geschäftsfahrzeuge der sogenannten Oberklasse (>180g/km CO<sub>2</sub>): Nein

Regeln, die ökologischer Nachhaltigkeit entgegenstehen: keine.

Geschäftsregeln, die ökologisch Schlechterwertiges anregen, obwohl Besserwertiges verfügbar ist: keine.

Konsumangebote mit hohem Verpackungsanteil trotz möglicher Alternativen: keine.

Verbote für die Anwendung ökologisch nachhaltiger Produkte: keine.

Im Betrieb ist ein nachlässiger Umgang mit Abfällen sichtbar, z.B. keine Abfalltrennung (Hausmüll, Betriebsabfälle, Schrott ohne Trennung in Materialien etc.): Nein

# C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

## C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

### Berichtsfragen

- Welche Daten sind für die Mitarbeitenden in welcher Form zugänglich?
- Wie leicht/ schwer können Mitarbeitende auf die Daten zugreifen? Welche physischen, intellektuellen oder sonstigen Hürden gibt es? Und warum?
- Welche kritischen oder wesentlichen Daten stehen den Mitarbeitenden nicht zu freien Verfügung? Wieso nicht?
- Was wird getan, damit auch finanzielle Daten von allen Mitarbeitenden leicht verstanden werden können?

### Berichtsantwort

Alle Mitarbeiter\*innen haben auf sämtliche Geschäftsdaten Zugriff. Wir haben so viel Vertrauen, dass allen Mitarbeiter\*innen auch der Zugriff auf die Verzeichnisse der Buchhaltung und der anderen Mitarbeiter offen steht. Auch die Papier-Registrierung ist allen zugänglich.

Die Ausnahme sind lediglich die personenbezogenen Daten aus einzelnen Kundenprojekten, die auf lokalen, verschlüsselten Datenträgern gespeichert werden, worauf dann auch nur die engsten Projektbeteiligten Zugang haben.

Die finanzielle Struktur des Unternehmens ist so übersichtlich, dass sie von den Mitarbeiter\*innen leicht verstanden wird. Außerdem wird die aktuelle Situation des Unternehmens von der Geschäftsführung ständig kommuniziert und bei Bedarf erläutert und diskutiert.

### Verifizierungsindikatoren

Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung): 100 %

## C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

### Berichtsfragen

- Wie werden Führungskräfte ausgewählt und von wem? Werden sie von oben eingesetzt oder von unten gewählt?

- Welche Mitwirkungsmöglichkeiten haben die Teammitglieder? Warum bzw. warum nicht?
- Welche Maßnahmen folgen aus dem Feedback der Mitarbeitenden zu ihren Führungskräften?

### **Berichtsantwort**

Wir führen durch Sog, nicht durch Druck.

Führungskraft ist, wer seine Kolleg\*innen für Ziele begeistern und fokussieren kann. Das passiert überwiegend informell, einfach durch Sein und Handeln, mitunter sogar spontan, meistens einfach durch Vorgehen.

Ein „unten“ und „oben“ gibt es nur insoweit, wie die Kolleg\*innen jemandem Führung zutrauen und geben. Die Übernahme von Führungsverantwortung wird dabei im Rahmen der Persönlichkeitsentwicklung aktiv gefördert.

Die Geschäftsführung hat sich in der Vergangenheit mehrfach von den Mitarbeiter\*innen benoten lassen. Das sollte zukünftig regelmäßige Übung werden und Vorbild für alle Führenden sein.

Sollte tatsächlich einmal Druck aus einer Machtposition heraus notwendig sein, so wäre das ein Alarmsignal, das unbedingt reflektiert werden muss.

### **Verifizierungsindikatoren**

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

## **C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden**

### **Berichtsfragen**

- Bei welchen Entscheidungen können die Mitarbeitenden wie mitwirken?
- Welche bisherigen Erfahrungen gibt es mit der Partizipation der Mitarbeitenden?
- Was wird im Unternehmen getan, damit mehr Mitarbeitende mehr Verantwortung und Entscheidungen übernehmen können?

### **Berichtsantwort**

Grundsätzlich gilt als Faustregel: „Wer tut, entscheidet“ – soweit es andere nicht behindert oder als Führung zugebilligt wurde.

Bei wichtigen Entscheidungen sind wir zum Glück so klein, dass wir diese gemeinsam treffen können.

Das härteste Beispiel dürfte 2010 gewesen sein, nachdem das wesentliche Geschäftsfeld durch die Liberalisierung des Energiemarktes entfallen war und alle Mitarbeiter gemeinsam entschieden, dieses Feld absehbar aufzugeben. Faktisch war das mit dem Verlust der Arbeitsplätze verbunden. Durch die frühe Klarheit konnten sich aber alle Betroffenen rechtzeitig anderweitig orientieren und jeder\*r konnte ohne Schaden das Unternehmen zu dem für sie/ihn passenden Zeitpunkt verlassen.

### **Verifizierungsindikatoren**

Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/ Mitwirkung/ Mitentscheidung getroffen werden: 100 %

## **C4.4 Negativ-Aspekt: Verhinderung des Betriebsrates**

### **Berichtsfragen**

- Gibt es einen Betriebsrat? Wenn nicht, warum nicht?
- Welche alternativen Maßnahmen setzt das Unternehmen anstelle der Gründung eines Betriebsrates?
- Welche Unterstützungsmaßnahmen für einen Betriebsrat gibt es? Wie werden die Mitarbeitenden zu einer Gründung ermutigt?

### **Berichtsantwort**

Grundsätzlich wird ein Betriebsrat befürwortet. Das Unternehmen ist für einen Betriebsrat aber noch viel zu klein. Stattdessen setzt das Unternehmen auf umfassende Mitbestimmung.

### **Verifizierungsindikatoren**

Betriebsrat: vorhanden/ nicht vorhanden: Nein

Betriebsrat vorhanden: seit wann?

## **D Kund\*innen und Mitunternehmen**

# D1 Ethische Kund\*innenbeziehungen

## D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund\*innen

### 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?
- In welcher Form werden ethische Aspekte bei der Werbung und im Verkaufsprozess berücksichtigt?
- Wie wird auf Kund\*innenwünsche und Reklamationen eingegangen und ein pragmatisches Vorgehen gesichert?

### Berichtsantwort

#### Grundsätze

1. Wir sind offen, ehrlich und transparent.
2. Datenschutz. Immer.

#### Kund\*innen

In der BWL ist finanzieller Gewinn das umfassend bestimmende Ziel. Bei uns nicht. Wir sehen Finanzen zwar als notwendige Voraussetzung zur weiteren Existenz. Darüber hinaus sind aber Maß halten und Bescheidenheit unsere Tugenden, nicht Gier und Völlerei.

Deshalb bewerten wir unsere Kund\*innen auch nicht nach ihrem Beitrag zum unserem Gewinn. Uns interessiert die dauerhafte Begeisterung!

Wir sind nämlich überzeugt, dass begeisterte Kund\*innen unsere besten Markenbotschafter\*innen sind. Zufriedene Kund\*innen sorgen automatisch sogar für zufriedene Mitarbeiter\*innen.

Und was die Finanzen angeht: Zufriedene Kund\*innen wollen, dass ihnen ihre Lieferantin erhalten bleibt, Sie wissen, dass gute Leistung auch gutes Geld wert ist. Zufriedene Kund\*innen bezahlen deshalb gerne und pünktlich ihre Rechnungen.

#### Unsere Kund\*innen sind frei

Unseren Kund\*innen gehören nicht nur ihre Daten, sondern auch alle Anwendungen, die wir für sie programmieren. Deshalb erhält jede Kund\*in gerne online Zugriff auf ihre Quelltexte und eine GitLab-Entwicklungsumgebung.

Auch vertraglich binden wir unsere Kund\*innen nur 14 Tage zum Monatsende.

### **Webseite**

Wir machen bereits auf unserer Webseite [ulde.de](http://ulde.de) die Kosten transparent. Unsere Webseiten tracken keine Besucher\*innen, weil wir 100% Datenschutz leben.

Wir geben nur ehrliches Kundenfeedback wieder, das wir freiwillig und ohne jede Gegenleistung bekommen haben. Und wir versuchen, unsere Leistung so ehrlich wie möglich zu präsentieren.

### **Akquise**

Wir akquirieren neue Kund\*innen nur über Empfehlung oder im B2B-Bereich telefonisch. Bezahlte Werbung schalten wir nicht.

Bevor wir in konkrete inhaltliche Gespräche gehen, wollen wir ein erhebliches Verbesserungspotenzial sehen können, i.d.R. ist das mindestens eine Verdopplung des Kund\*innennutzens.

Grundsätzlich bevorzugen wir freie und offene Software wird gegenüber proprietären Lösungen. Existierende Lösung von Branchenexperten prüfen wir gegenüber einer Neuentwicklung; im Zweifel führen wir (für die Kund\*in) eine Marktrecherche durch

Unsere Beratung ist derzeit kostenfrei. Soll das auch zukünftig so bleiben?

### **Angebot**

Bevor wir ein Angebot erstellen, bekommt die Kund\*in einen Prototyp, den Sie schon vor Auftragsvergabe ausprobieren kann. Niemand soll bei uns die Katze im Sack kaufen müssen.

Unsere Angebote sollen so einfach wie möglich sein, ohne Wesentliches auszulassen. Wir bieten nur an, was wirklich Nutzen für die Kund\*in stiftet.

Wir wollen faire Preis anbieten. Dabei orientieren wir uns am gestifteten Nutzen. Diesen messen wir derzeit an der Nutzungszeit, sind aber weiterhin auf der Suche nach einer besseren Messgröße. Auf jeden Fall gelten für alle Kund\*innen die gleichen Konditionen.

Entwicklungen führen wir wenn möglich zum Festpreis durch. Wir tragen das Entwicklungsrisiko. Falls der Leistungsumfang nicht klar ist, vereinbaren wir einen Budgetrahmen.

Wir arbeiten agil: Ergebnisse geben wir in kleinen Schritten frei für möglichst frühes Kundenfeedback. Zwei Wochen empfinden wir bereits als zu lang.

Der Betrieb unserer Anwendungen enthält keine versteckten Kosten. Diese sind jederzeit sekundengenau abrufbar.

Wir denken von Anfang an den Lebenszyklus jeder Anwendung mit und kommunizieren das auch. Wir halten es für unredlich, Kund\*innen über absehbaren zukünftigen Pflegeaufwand im Unklaren zu lassen.

### **Produkt**

Unsere Produkte sind so einfach wie möglich. Gut ist nämlich nur, was die Anwender\*in versteht. Wir raten bei absehbar zu hoher Komplexität von der Entwicklung ab.

Unsere Software „Q“ ist auf maximale Flexibilität programmiert. Denn die Anforderungen werden sich erfahrungsgemäß ändern.

Bekannte Fehler werden mit höchster Priorität beseitigt, denn Qualitätskompromisse rächen sich. Immer. Deshalb hat die Fehlerbeseitigung Vorrang vor Weiterentwicklungen.

### **Lebenszyklus**

Bei uns kommen Bestandskund\*innen vor Neukund\*innen. Das ist nicht nur wirtschaftlich, sondern ethisch.

Qualität ist immer wichtiger als Quantität. Denn mangelnde Qualität kostet dauerhaft Kund\*innenzufriedenheit.

Inhaltlich entscheidet immer die Kund\*in. Nur sie weiß, wovon sie Nutzen trägt und was sie zufriedenstellt.

Reklamationen sind Chancen! Wir wollen das Problem verstehen und nach Möglichkeit lösen. Eine gut gelöste Reklamation ist ein Weg zur begeisterten Kund\*in.

Fehler verstehen wir als Chancen zum Lernen und Verbessern!

### **Verifizierungsindikatoren**

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

Fixe Bestandteile der Bezahlung von Verkaufsmitarbeitenden: 100 %

Umsatzabhängige Bestandteile der Bezahlung von Verkaufsmitarbeitenden: 0 %

Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: Nein.

## **D1.2 Barrierefreiheit**

### **Berichtsfragen**

- Welche Hürden betreffen den Kauf und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen?

- Welche benachteiligten Kund\*innengruppen werden als Zielgruppe berücksichtigt?
- Wie wird benachteiligten Kund\*innen der Zugang und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen erleichtert?
- Ausschließlich für B2B: Wie wird sichergestellt, dass kleinere und gemeinwohlangearbeitende Unternehmen mindestens gleichwertige Konditionen und Services wie Großabnehmer\*innen erhalten?

## **Berichtsantwort**

### **Barrierefreiheit**

Bislang unterstützt unsere Software nur auf Deutsch als Sprache.

Wir fordern bei der Anwender\*in nur minimale Voraussetzungen: es ist lediglich ein Webbrowser erforderlich, Damit ist der Start auf jedem Gerät unter jedem Betriebssystem maximal einfach. Home-Office ist so von Anfang an mitgedacht.

Unsere Software unterstützt die Browser-Funktionen zur Barrierefreiheit wie Schriftart, Skalierung und Kontrast.

Die Benutzerführung soll immer so einfach wie möglich sein. Auch für Menschen Ü65 geben wir geduldig Support.

Grundsätzlich ist „Q“ auch für die Bedienung über Braille-Reader oder Sprachausgabe vorbereitet.

Für alle Kund\*innen gelten die gleichen Konditionen. Diese orientieren sich am Umfang der Nutzung, d.h. kleine Unternehmen zahlen i.d.R. weniger als große. Ein Nachlass für GWÖ-Unternehmen ist in Planung.

Bei allen Konditionen gilt Fairness als oberste Maxime.

### **Verifizierungsindikatoren**

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

## **D1.3 Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen**

### **Berichtsfragen**

- Welche konkreten Werbe- oder Verkaufsmaßnahmen sind kritisch oder könnten unethisch sein? Warum? Und was wären ethische Alternativen?
- Welche Werbemaßnahmen gehen über eine informative Homepage, neutrale Produktinformationen, Nutzungshinweise oder Wissensvermittlung hinaus?

## **Berichtsantwort**

Im B2B-Kontext setzen wir auf Telefon-Akquise, um eine vertrauensvolle Kundenbeziehung zu etablieren. Wir halten es für unsere moralische Verpflichtung, potenzielle Kund\*innen über erhebliches Verbesserungspotenzial nicht im Unklaren zu lassen.

## **Verifizierungsindikatoren**

Anteil der Werbeausgaben, die auf ethische Kampagnen entfallen: 100 %

Anteil der Werbeausgaben, die auf unethische Kampagnen entfallen: 0 %

# D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

## D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen

### Berichtsfragen

- Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert, und welche Ziele werden dabei verfolgt?
- Mit welchen Unternehmen werden in Zukunft in welchen Bereichen Kooperationen angestrebt?
- In welchen Bereichen werden Wissen und Informationen mit Mitunternehmen geteilt?
- Welche Maßnahmen zur Erhöhung der Branchenstandards wurden/werden umgesetzt bzw. sind in Planung?

### Berichtsantwort

Es gibt in Ulm und Umgebung zahlreiche Softwarehäuser und -entwickler. Universität und Hochschule sorgen für steten Nachwuchs.

Seit 2019 vernetzen wir uns aktiv mit regionalen Unternehmen, auch über die Unternehmensnetzwerke BNI und NET sowie LinkedIn und XING. Dabei lernen wir, wo Mitunternehmen Stärken haben und wo wir uns gegenseitig unterstützen können.

Unsere Software-Entwicklung stellen wir bewusst unter eine freie Lizenz, damit Mitunternehmer davon profitieren können.

Die engste Kooperation besteht mit ewers ASP, die uns auch mit Server-Dienstleistung beliefern, siehe Berührungsgruppe A „Lieferanten“.

Darüberhinaus befinden wir uns in regelmäßigem Kontakt mit Geschäftsführern von

- eXXcellent Solutions GmbH
- Burgdörfer Software GmbH
- Blueline Networks
- Citybytes – Business Computer Solutions
- Digitalisierungszentrum Ulm | Alb-Donau | Biberach
- NewTec GmbH
- onsome – Benedikt Meyer

- Ralf Leippert

Mit vielen weiteren regionalen IT-Unternehmern hatten wir schon einzelne Kontakte.

Die Ziele sind:

- sich zu kennen, um sich gegenseitig weiter zu empfehlen
- als Partner für Kundenprojekte integrieren
- Wissen und Erfahrung auszutauschen

Zukünftig wollen wir auch unsere Low-Code-Plattform aktiv bei Mitunternehmern bewerben.

Unser Ziel für einen neuen Branchenstandard ist, die Einstiegshürden für Q so weit zu senken, dass Endanwender sich selber Datenbank-Anwendungen im Web erstellen können. Also quasi das, was Microsoft mit MS Access auf dem Desktop nicht gelungen ist.

Auch wenn sich bislang noch keine konkrete Kooperation ergeben hat, sind wir weiterhin aktiv.

### **Verifizierungsindikatoren**

Wie hoch ist der investierte Aufwand 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?

Wie hoch ist der investierte Aufwand 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? 70 %

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

In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen?

Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards: Nein

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

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

## **D2.2 Solidarität mit Mitunternehmern**

### **Berichtsfragen**

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

### **Berichtsantwort**

Wir sind in mehreren regionalen Netzwerken aktiv, deren Mitglieder wir durch Weiterempfehlung und geteiltes Wissen unterstützen.

Gerne helfen wir Mitunternehmen bei Engpässen oder in schwierigen Situationen. Bislang haben wir von solchen Situationen noch keine Kenntnis bekommen.

Für die Zukunft wäre es für uns eine gute Praxis, Mitunternehmer nach ihrer Situation zu fragen und dabei Solidarität zu signalisieren.

### **Verifizierungsindikatoren**

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

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

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

## **D2.3 Negativ-Aspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen**

### **Berichtsfragen**

- In welchen Bereichen könnte das Unternehmen andere Unternehmen stören, blockieren oder schädigen?
- Welche Rolle spielt es, Marktanteile zu erobern, und wie wird mit dem Ziel der Marktführerschaft umgegangen?

### **Berichtsantwort**

Die TESD GmbH ist so klein, dass ein Missbrauch von Marktmacht sicher ausgeschlossen werden kann.

### **Verifizierungsindikatoren**

Findet ein wertender Vergleich (besser/ schlechter bzw. im USP) mit der Leistung und den Angeboten von Mitunternehmen in der Kommunikation statt? Nein

Wird zumindest bei einem Produkt bzw. einer Dienstleistung eine Dumpingpreisstrategie verfolgt? Nein

Werden geheime/ verdeckte Preisabsprachen mit anderen Unternehmen getroffen?  
Nein

Ist die Maximierung der Marktanteile auf Kosten von Mitunternehmen, Kund\*innen  
oder Produzent\*innen in der Unternehmensstrategie verankert? Nein

Werden für eigene Produktideen zahlreiche Patente erwirkt, die selbst nicht weiterver-  
folgt oder genutzt werden und die andere Unternehmen bei der Weiterentwicklung/  
Forschung/ Innovation blockieren könnten bzw. sollen? Nein

# D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

## D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz)

### Berichtsfragen

- Inwieweit sind dem Unternehmen die ökologischen Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen bekannt?
- 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 wird die Reduzierung ökologischer Auswirkungen hinsichtlich Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen im Geschäftsmodell berücksichtigt?

### Berichtsantwort

#### Software

Die Nutzung von TESD-Software findet auf den Rechnern unserer Kunden und z.T. deren Kunden statt. Ökologische Auswirkungen entstehen bei der Stromerzeugung während der Nutzung und der notwendigen Herstellung und Entsorgung der Büro-EDV. Daten darüber erfassen wir aber nicht.

#### Online-Dienste

Seit 2019 stellt die TESD GmbH ihr Portfolio auf Online-Dienste um. Die ökologischen Auswirkungen beim Anwender sind identisch zur Nutzung von Software. Für Online-Dienste ist zusätzlich die Bereitstellung von Server-Kapazität erforderlich. Der Strom dafür stammt zu 100% aus Wasserkraft.

Zusätzlich müssen die ökologischen Auswirkungen für die Herstellung und Entsorgung der Server berücksichtigt werden. Allerdings sind unsere Server virtuell; Und unsere Anteile am physischen Server liegen unter 5%.

Die ökologischen Auswirkungen sind gering. Eine Erfassung halten wir nicht für zielführend.

Unsere Online-Dienste ermöglichen generell die Arbeit aus dem Home-Office. Dies haben während der Pandemie unsere Kunden auch genutzt, was ohne unsere Online-Dienste überhaupt nicht möglich gewesen wäre. Über die Reduktion der ökologischen Auswirkungen haben wir unsere Kunden aber nicht befragt.

### **Autofahrten**

Für Beratung, Akquise und Netzwerken fallen Autofahrten an, soweit wir nicht ÖPNV oder Fahrrad nutzen können. Wegen der Pandemie wurden viele davon durch Online-Videokonferenzen ersetzt. Im Jahr 2021 haben sich die Fahrten dadurch um über 75% gegenüber den Vorjahren reduziert (300 statt durchschnittlich 1300 km). Dies behalten wir auch weiterhin so bei.

## **D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz)**

### **Berichtsfragen**

- Inwieweit ist Suffizienz bzw. eine maßvolle Nutzung im Geschäftsmodell verankert?
- Inwieweit findet im Unternehmen eine Auseinandersetzung mit Suffizienz bzw. maßvoller Nutzung der Produkte und Dienstleistungen statt?
- Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?
- Welche Produkte und Dienstleistungen zielen auf eine maßvolle Nutzung ab bzw. unterstützen diese?
- Inwieweit zielt die Kommunikation des Unternehmens mit Kund\*innen und Konsument\*innen auf die Förderung von maßvoller Nutzung ab?

### **Berichtsantwort**

Durch unsere Software ermöglichen wir entweder neue Geschäftsmodelle unserer Kunden oder wir steigern die Effizienz erheblich. Zu jedem Zeitpunkt der Entwicklung steht die Usability im Fokus, damit unsere Anwender ihr Ziel in minimaler Zeit erreichen.

Soweit wir noch Software verkaufen, erhalten die Kunden ein unbeschränktes Nutzungsrecht, weshalb wir auch die Nutzung nicht erfassen.

Unsere Online-Dienste aber rechnen wir proportional nach Nutzungszeit ab. Damit leiten wir unsere Kunden direkt zu einer möglichst maßvollen Nutzung unserer Dienste an. Diesen Bereich bauen wir zunehmend aus.

Anregungen von Kunden, wie unsere Online-Dienste noch effizienter genutzt werden können, setzen wir grundsätzlich um – ohne weitere Kosten.

Wir informieren unsere Kunden, dass unsere Server zu 100% mit Strom aus Wasserkraft laufen.

Allerdings muss man ehrlich sagen, dass die größeren ökologischen Auswirkungen im Einflussbereich unserer Kunden entstehen. Darauf nehmen wir derzeit noch keinen Einfluss.

### D3.3 Negativ-Aspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen

#### **Berichtsfragen**

- In welchen Bereichen wird eine übermäßige Nutzung über Preisgestaltung, Anreizsysteme, geplante Obsoleszenz etc. gefördert bzw. bewusst in Kauf genommen?
- Bei welchen Produkten und Dienstleistungen können mit einer oder wenigen Nutzung(en) durch jeden Menschen oder durch gleichbleibendes bzw. steigendes Nutzungsniveau die globalen Belastungsgrenzen überschritten werden?

#### **Berichtsantwort**

Eine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen ist bei uns ein absolutes No-Go.

# D4 Kund\*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

## D4.1 Kund\*innen-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung

### Berichtsfragen

- Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kund\*innen eingeräumt, und wie wird darüber kommuniziert?
- Werden Produkte und Dienstleistungen mit einer höheren Nachhaltigkeitswirkung gemeinsam mit Kund\*innen entwickelt?
- Mit welchem Ziel wird Marktforschung eingesetzt?

### Berichtsantwort

Als die TESD GmbH noch Standard-Software erstellte und vertrieb, veranstalteten wir jährlich ein Anwendertreffen, auf dem die weiteren Entwicklungsschritte der Software festgelegt wurden.

Mittlerweile erstellt die TESD GmbH aber ausschließlich individuelle Anwendungen. Einen Kundenbeirat würden wir sehr befürworten, wenn er denn einen Mehrwert für unsere Kunden erzeugen könnte.

Konstruktives Feedback unserer Kunden setzen wir selbstverständlich immer um, in der Regel sogar ohne zusätzliche Kosten. Das ist einfach unser eigener Anspruch an Kundenbegeisterung. Da wir klein sind, hat jeder Kunde direkten Zugang zur Geschäftsführung.

Alle Kundenprojekte werden über gitlab verwaltet, einer gängigen, offenen Open-Source-Entwicklungs- und Kollaborationsplattform. Auf Wunsch erhält jede\*r Kund\*in einen direkten gitlab-Zugang, wo er/sie nicht nur ihren/seinen Quelltext und Historie einsehen, sondern sogar Änderungen durchführen und ausliefern lassen kann – und das vollkommen eigenständig, ohne Mitwirkung der TESD GmbH!

Für die Low-Code-Plattform Q etablieren wir gerade die Dialog- und Mitentscheidungsprozesse für zukünftige Mitentwickler. Auch diese werden auf gitlab aufsetzen.

Marktforschung betreiben wir, um die Kund\*innenbedürfnisse noch besser zu verstehen und um die Kund\*innen zu ihrem besten Nutzen beraten und unterstützen zu können. Das kann durchaus bedeuten, einen Mitbewerber zu empfehlen oder ganz von einem Digitalisierungsvorhaben abzuraten.

## **Verifizierungsindikatoren**

Anteil der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen, die mit der Beteiligung von Kund\*innen entstanden sind: 80%

Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund\*innen entstanden sind: 100%

## **D4.2 Produkttransparenz**

### **Berichtsfragen**

- Wie öffentlich und transparent sind Produktinformationen?
- Inwieweit werden alle Inhaltsstoffe und ökologisch relevanten Informationen ausgewiesen?
- Welche Informationen zur Preisfindung entlang der Wertschöpfungskette werden ausgewiesen?
- Was ist über den Umfang der sozioökologischen Belastungen, die durch die Produkte und Dienstleistungen entstehen und die nicht in den Preisen enthalten sind, bekannt (sog. Externalisierung)?

### **Berichtsantwort**

#### **Produkt**

Der Quellcode unserer Low-Code-Plattform wird öffentlich. Außerdem kann jede\*r Kund\*in kostenlos Zugang zum Quelltext und Historie seiner/ihrer Anwendung erhalten. Es ist dort sogar möglich, die eigene Anwendung selber zu verändern – sogar ohne Mitwirkung der TESD GmbH!

Eine größere Produkttransparenz können wir uns wirklich nicht mehr vorstellen.

#### **Preisfindung**

Der Preis der Nutzung unserer Dienste soll sich anteilig am Nutzen orientieren, den wir beim Kunden stiften. Die universelle Antwort haben wir darauf aber leider immer noch nicht gefunden. Bis dahin messen wir den Nutzen an der Nutzungszeit.

Im Rahmen der Auftragsdatenverarbeitungsvereinbarung informieren wir unsere Kund\*innen auch über unsere Dienstleister in der Wertschöpfungskette. Die Preisbestandteile machen wir derzeit noch nicht transparent.

#### **Externalisierte Kosten**

Wir legen Wert auf eine große Fertigungstiefe im eigenen Unternehmen und eine niedrige Anzahl externer Software-Abhängigkeiten. Diese wenigen sind aber sämtlich Freie

Open Source Software (FOSS) und damit externalisierte Kosten. Das gilt auch für unsere Server.

Die wenig nachhaltigen Fertigungsbedingungen der EDV-Industrie müssen hier leider auch genannt werden.

### **Verifizierungsindikatoren**

Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes): 100 %

Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes): 0 %

Ausmaß der externalisierten Kosten von Produkten und Dienstleistungen

## **D4.3 Negativ-Aspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen**

### **Berichtsfragen**

- Enthalten die Produkte Schadstoffe für Kund\*innen oder die Umwelt?
- Gibt es schädliche Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte?

### **Berichtsantwort**

Unsere Produkte enthalten überhaupt keine materiellen Stoffe im Sinne dieses Aspekts.

Im Sinne der FOSS-Grundsätze haben wir uns entschieden, die Nutzungsfreiheit unsere Software höher zu werten als die Nachhaltigkeit der Nutzung. Deshalb schließen wir in unseren Lizenzbedingungen keine Nutzung aus, die zum Schaden von Umwelt, Menschen oder zukünftigen Generationen führen könnte.

### **Verifizierungsindikatoren**

Anteil der Produkte mit Gefahrenstoffen oder Gebrauchsrisiken, die nicht transparent öffentlich deklariert werden (in % des Umsatzes): 0 %

# **E Gesellschaftliches Umfeld**

# E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

## E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben

### Berichtsfragen

- Welche der neun Grundbedürfnisse (siehe Info-i bei der Aspekt-Beschreibung) 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 ressourcenverbrauchende Produkte und Dienstleistungen des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können?
- In welcher Form dienen die Produkte und Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?
- Welche gesellschaftlichen bzw. ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch die Produkte und Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert?

### Berichtsantwort

#### 1. Lebenserhaltung/Gesundheit/Wohlbefinden

#### 2. Schutz/Sicherheit

Zu jeder unserer Entwicklung gehören selbstverständlich immer umfassende Schutz- und Sicherheitsmaßnahmen zur Wahrung von Vertraulichkeit, Integrität und Verfügbarkeit sowohl der Anwendung wie der Daten. Unsere Kund\*innen können sich bei uns darauf verlassen, dass ihre Anwendungen und Daten jederzeit sicher und geschützt sind.

Unsere Kunden im Behindertenfahrdienst bringen ihre Fahrgäste sicher und geschützt zu Schule, Arbeitsplatz und wieder nach Hause.

#### 3. Zuneigung/Liebe

#### 4. Verstehen/Einfühlung

Es ist unsere zentrale Aufgabe, die individuellen Bedürfnisse jeder/s einzelnen Kundin/en zu verstehen und sich in ihre/seine Welt einzufühlen. Nur so können wir wirklich umfassenden Nutzen erzeugen.

## **5. Teilnehmen/Geborgenheit**

Wir ermöglichen unseren Kund\*innen grundsätzlich, ihre eigenen Kund\*innen an ihren Prozessen unmittelbar digital teilnehmen zu lassen. Das vereinfacht die Zusammenarbeit und spart erheblich Arbeit ein. Die Ganzjahres-Ausbildungsmesse wäre ohne die direkte digitale Mitwirkung der Ausbildungsbetriebe undenkbar gewesen.

Mit unseren Anwendungen im Bereich Behindertenfahrdienst vereinfachen wir die Organisation, damit Behinderte leichter am Arbeits- und Schulleben teilhaben können.

Mit unserer Ganzjahres-Ausbildungsmesse haben wir in der Pandemie vielen jungen Menschen den Kontakt zu Ausbildungsbetrieben ermöglicht.

## **6. Muße/Erholung**

Wir automatisieren Routinetätigkeiten, um Anwender zu entlasten und Zeiten für Muße und Erholung frei zu geben.

Unseren Kunden Albano Aktiv unterstützen wir dabei, Aktiv-Urlaub auf Madeira individuell zu kalkulieren.

## **7. kreatives Schaffen**

Wir automatisieren Routinetätigkeiten. Dadurch schaffen wir überhaupt erst Freiraum für die Kreativität des Anwenders.

Wir ermuntern unsere Kund\*innen, ihre eigenen Prozesse neu und kreativ zu denken.

## **8. Identität/Sinn**

Unsere Software übernimmt viele Verwaltungsaufgaben, so dass unseren Nutzer\*innen mehr Zeit für die wirklich sinnvollen Tätigkeiten bleibt.

Zum Teil ermöglichen wir unseren Kunden überhaupt erst, ein sinnvolles Produkt anzubieten.

## **9. Freiheit/Autonomie**

Im Gegensatz zu vielen anderen Software-Anbietern binden wir unsere Kund\*innen nicht durch technische Abhängigkeiten. Unserer festen Ansicht nach gehören Daten und Anwendungen unseren Kund\*innen. Ein Wechsel zu einem anderen Anbieter ist jederzeit möglich.

## **Hemmender Nutzen**

Ein wesentlicher Nutzen unserer Dienstleistungen ist Zeitersparnis. Arbeitnehmer werden in der Regel aber für ihre aufgewendete Zeit bezahlt. Insofern kann sich Zeitersparnis für den/die Arbeitnehmer\*in durchaus kontraproduktiv auswirken. Im Extremfall werden durch Digitalisierung und Automatisierung sogar Arbeitsplätze verhindert oder vernichtet.

Unserer Ansicht nach ist die starre Kopplung von Einkommen und Arbeit aber ein Problem der Gesellschaft und kein Problem unserer Dienstleistung.

## **Luxusprodukte?**

Unsere Produkte dienen kaum dem eigenen Status. Bei uns steht immer der Nutzen im Fokus, messbar anhand der Zeitersparnis.

## **Persönliches Wachstum und Gesundheit**

Durch unsere Produkte wird die/der Nutzer\*in von Routinetätigkeiten entlastet. In gewissem Maße erreicht sie/er ein höheres Abstraktionsniveau, indem sie/er sich mehr um Prozessabläufe kümmern kann und weniger die Prozesse selber ausführen muss.

Unsere Produkte fördern die Gesundheit indirekt durch mehr Zeit und mehr Sinn in der Arbeit.

## **Gesellschaftliche/Ökologische Problemlösungen**

Im Schwerpunkt „Behindertenfahrdienst“ unterstützen wir Unternehmen zu mehr Effizienz im Fahrdienst, was natürlich auch der Umwelt zugute kommt.

Im Schwerpunkt „Ausbildungsmesse“ haben wir in der Pandemie weiterhin den Kontakt zwischen Schülern und Ausbildern ermöglicht und grundsätzlich das Konzept der Online-Ganzjahresmesse für alle Beteiligten auf einfache Weise gelöst. Die ökologischen Nachteile einer Präsenzmesse werden hierbei vermieden.

Ganz grundsätzlich soll die Low-Code-Plattform „Q“ die einfache und niedrigschwellige Nutzung individuell gestalteter Datenbanken für breite Bevölkerungsschichten ermöglichen. Q hat das Potenzial, das „Excel für Datenbanken“ zu werden (siehe auch E.1.2).

## **Verifizierungsindikatoren**

Anteil in % des Gesamtumsatzes für erfüllte Grundbedürfnisse: 100 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für erfüllte Bedürfnisse nach Statussymbolen bzw. Luxus: 10 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Entwicklung der Menschen: 20 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Entwicklung der Erde/ Biosphäre: 0 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes zur Lösung gesellschaftlicher oder ökologischer Probleme laut UN-Entwicklungszielen: 0 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit Mehrfachnutzen bzw. einfachem Nutzen: 100 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit hemmendem bzw. Pseudo-Nutzen: 20 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit Negativ-Nutzen: 0 %

## E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

### **Berichtsfragen**

- In welcher Form helfen die Produkte und Dienstleistungen, die Gemeinschaft im Privat- und Berufsleben zu stärken?
- Welche Interessensgruppen werden durch Aktivitäten außerhalb des Unternehmens erreicht? Durch welche Maßnahmen?
- Was bewirken die Maßnahmen konkret – vom Wissen über Einstellungsänderung über eine Änderung der Verhaltensmotive bis hin zu Lebensstiländerungen?

### **Berichtsantwort**

Excel hat digitale Tabellen für breite Gesellschaftsschichten zugänglich und nutzbar gemacht. Als Organisationswerkzeug im täglichen Leben sind Tabellen heute nicht mehr wegzudenken.

Wir haben es uns zur Aufgabe gemacht, Datenbanken für alle Menschen nutzbar und zugänglich zu machen. Im Gegensatz zu einfachen Tabellen

- haben Datenbanken eine wesentlich klarere Struktur (das vermeidet Falscheingaben)
- können Datenbanken Beziehungen zwischen Objekten abbilden und verarbeiten
- erlauben Datenbanken grundsätzlich den Zugriff mehrerer Benutzer gleichzeitig
- sind Datenbanken wesentlich sicherer

Wir wissen sehr wohl, dass Microsoft „Access“ (im Gegensatz zu „Excel“) nicht in der Breite der Gesellschaft zum Einsatz gekommen ist. Unsere Lösung muss also auf mehreren Ebenen gleichzeitig niederschwelliger und leistungsfähiger sein. Daran arbeiten wir.

### **Verifizierungsindikatoren**

Art und Anzahl der Aktivitäten/ Maßnahmen pro Jahr

Anzahl der erreichten Menschen, z.B. Leser\*innen, Besucher\*innen

## E1.3 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

### **Berichtsfragen**

- Welche direkten und indirekten negativen Auswirkungen haben die Produkte und Dienstleistungen auf das Leben und die Gesundheit von Lebewesen?
- Welche Auswirkungen haben sie auf die Freiheit von Menschen und auf die Biosphäre unseres Planeten?

### **Berichtsantwort**

Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen lehnen wir kategorisch ab.

### **Verifizierungsindikatoren**

Als menschenunwürdig eingestufte Produkte und Dienstleistungen: keine.

Umsatzanteil der hier aufgelisteten unethischen Produkte und Dienstleistungen: 0 %

Kund\*innenanteil, die ihrerseits derartige Produkte herstellen bzw. vertreiben: 0 %

# E2 Beitrag zum Gemeinwesen

## E2.1 Steuern und Sozialabgaben

### 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 erhält das Unternehmen vom Gemeinwesen (z.B. unternehmensbezogene Subventionen und Förderungen)?
- Welchen indirekten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und die damit verbundenen Steuern und Abgaben (Lohnsteuer und Sozialversicherungsbeiträge der Mitarbeitenden)?

### Berichtsantwort

Die TESD GmbH beteiligt sich gerne über Steuern, Abgaben und Beiträgen am Gemeinwesen. Wir bilden bewusst Auszubildende aus, weil wir das für einen wichtigen Beitrag halten. Die letzte Ausbildung hat 36.274,83 € gekostet.

Im Berichtszeitraum wurden 9.094,18 € Lohnsteuern und 8.731,55 € Sozialabgaben entrichtet. Freiwillig hat sich die TESD GmbH zusätzlich mit 3.093,30 € an der Krankenversicherung des Geschäftsführers beteiligt; der gleiche Betrag wird als Arbeitnehmeranteil angesetzt. Unternehmenssteuern fielen nicht an wegen Verlust.

Es gab 2021 eine BAfA-Förderung i.H.v. 1.500,- €.

Insgesamt steht im Berichtszeitraum der Wertschöpfung von 30.274,98 € Abgaben i.H.v. 24.012,33 € entgegen, was einer Abgabenquote von 79% entspricht.

### Verifizierungsindikatoren

Umsatz: 43147 €

Netto-Abgabenquote: 79 %

Der Gewinn war im Berichtszeitraum negativ, deshalb eigentlich -28%. Das kann hier aber nicht eingegeben werden.

## E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

### Berichtsfragen

- Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet (Erstellung einer Liste aller Aktivitäten mit geldwertem Umfang)?
- Wie lässt sich der Eigennutzen dieser Maßnahmen in Relation zum gesellschaftlichen Nutzen bewerten?
- Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens – oder lindern sie vorwiegend Symptome?
- Wie gut sind diese Themen verankert? Welche Erfahrungen hat das Unternehmen damit bereits gesammelt? Wie stabil ist das Engagement?
- Wie sieht die Gesamtstrategie oder Vision für das ehrenamtliche Engagement aus?

### Berichtsantwort

Wir haben im Berichtszeitraum unsere Low-Code-Plattform „Q“ freiwillig unter eine Open-Source-Lizenz gestellt. Eine messbare Wirkung erwarten wir allerdings erst für den nachfolgenden Berichtszeitraum.

2021 haben wir einen unbezahlten Vortrag IT-Kongress Ulm/Neu-Ulm gehalten.

In moderatem Umfang führen wir kostenlose Beratungen zu Digitalisierung und Datenschutz durch.

Die TESD GmbH unterstützt indirekt das umfangreiche ehrenamtliche Engagement ihres Geschäftsführers:

- Leitung des Popchor Ulm
- Prüfer bei der IHK Ulm
- unentgeltlicher Organist
- Redakteur, Lektor und Webseiten-Betreuer beim Böfinger Bürgerblättle

Ohne die TESD GmbH wäre das nicht denkbar. Hier ist der Nutzen für das Gemeinwesen offensichtlich.

### Verifizierungsindikatoren

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen in % des Umsatzes: 0 %

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen in % der Gesamtjahresarbeitszeit: 0 %

## E2.3 Negativ-Aspekt: Illegitime Steuervermeidung

### Berichtsfragen

Welche Risiken bestehen im Unternehmen bezüglich illegitimer Steuervermeidung? Folgende Aspekte sind dabei besonders zu berücksichtigen:

- Werden Gewinne zwischen Ländern verschoben? Was ist die Grundlage dafür?
- Werden Zinsen, Lizenzgebühren oder sonstige Abgeltungen für immaterielle Leistungen an Unternehmen in anderen Ländern bezahlt?
- Gibt es Geschäftspartner\*innen in sogenannten Steueroasen?
- Besteht das Risiko, dass im Zuge der Finanztransaktionen Gelder undokumentiert in private Kanäle fließen oder Schwarzgeld gewaschen wird?
- Sind die wirtschaftlich Begünstigten aller Geschäfts- und Finanzpartner\*innen offen deklariert?
- Sind die internationalen Finanztransaktionen transparent? Gibt es ein länderspezifisches Reporting?
- Welche Maßnahmen wurden im Unternehmen ergriffen, um diese Risiken zu bekämpfen?

### Berichtsantwort

Illegitime Steuervermeidung findet nicht statt. Die gesamte Tätigkeit findet in Deutschland statt.

### Verifizierungsindikatoren

Wenn das Unternehmen Teil eines internationalen Konzerns ist, im Verbund mit anderen internationalen Partner\*innen agiert oder an der digitalen Ökonomie (länderübergreifend) teilnimmt, muss eine Offenlegung aller Niederlassungen, verbundenen Unternehmen oder Geschäftspartner\*innen im Ausland erfolgen, zu denen ein erheblicher Teil des Umsatzes (ab 10%) abfließt.

Länderspezifisches Reporting

## E2.4 Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention

### Berichtsfragen

- Welche Korruptionsrisiken bestehen im Unternehmen, bei den Lieferant\*innen und Kund\*innen?
- Welche Maßnahmen wurden in den Bereichen Einkauf und Verkauf gesetzt, um Korruption effektiv zu verhindern?

- Wie sorgfältig wird mit Kontakten zu Amts- und politischen Entscheidungsträger\*innen umgegangen?
- Welche Lobbying-Aktivitäten betreibt das Unternehmen?
- Welche Spenden erfolgen seitens des Unternehmens an politische Parteien?
- Wie wird Bewusstseinsbildung bei den Mitarbeitenden betrieben?
- Wie werden in den Entscheidungsprozessen Vorkehrungen gegen Korruption getroffen?
- Wie werden Interessenkonflikte (persönliche Interessen gegenüber Firmeninteressen) sichtbar gemacht, und welche entsprechenden Verhaltensregeln gibt es?

### **Berichtsantwort**

Anstand und Rechtschaffenheit werden vom Geschäftsführer vorgelebt, was man z.B. an seinen Mitgliedschaften im LobbyControl e.V., Mehr Demokratie e.V. und Kritische Aktionäre e.V. sieht. Auf ihn konzentrieren sich derzeit alle Korruptionsrisiken, die aber aufgrund seiner Haltung sicher ausgeschlossen werden können.

### **Verifizierungsindikatoren**

Erfolgt eine Offenlegung von Parteispenden? Ja

Erfolgt eine Offenlegung aller Lobbying-Aktivitäten (Eintrag ins Lobbying-Register) und Lobbying-Aufwendungen? Ja

Werden Mitarbeitende aufgefordert, Korruption anzuzeigen, und wird ihnen entsprechender Schutz (Anonymität) zuteil? Ja

Gibt es eine Zweckbindung und Kontrolle des Budgets für soziale und gesellschaftliche Zwecke (siehe Positivaspekt E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens)?  
Ja

# E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

## E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie

### Berichtsfragen

- Welche negativen Umweltwirkungen haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse? Dabei sind vor allem die folgenden definierten Standardwirkungskategorien und deren Auslöser zu beachten:
  - klimawirksame Emissionen (CO<sub>2</sub>, N<sub>2</sub>O, CH<sub>4</sub>, ...)
  - Feinstaub und anorganische Emissionen
  - Emissionen von Chlorfluorkohlenwasserstoffen (Abbau der Ozonschicht)
  - Emissionen, die zur Versauerung beitragen (NO<sub>x</sub>, SO<sub>x</sub>, CO<sub>2</sub>)
  - Emissionen, die die fotochemische Bildung von Ozon fördern (organische Verbindungen, NO<sub>x</sub>, SO<sub>x</sub>)
  - ionisierende Strahlung
  - Emission bzw. Verwendung toxischer Stoffe
  - Düngung in der Landwirtschaft (Eutrophierung)
  - Landverbrauch
  - Wasser- und Mineralienverbrauch (Ressourcenerschöpfung)
- Welche Daten zu den – im jeweiligen Unternehmen relevanten – Umweltwirkungen Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?

### Berichtsantwort

Das Unternehmen vermeidet ökologische Auswirkungen soweit es irgendwie möglich ist. Es bezieht 100% Naturstrom, 100% Biogas, ist also emissionsneutral. Der IT-Stromverbrauch lag (über mehrere Wochen stichprobenweise gemessen) bei 325 kWh/a, mit LED-Beleuchtung wohl immer noch unter 500 kWh/a. Die Heizenergie für 10m<sup>2</sup> Bürofläche im Haus mit 100 kWh/m<sup>2</sup>/a beträgt ca. 1.000 kWh/a.

Die beiden Erdgas-PKW wurden in den zwei Jahren Berichtszeitraum insgesamt überhaupt nur 11.980 km gefahren, davon lediglich 1.774 km geschäftlich, das entspricht 223 kg CO<sub>2</sub> (zwischenzeitlich 100% Biomethan). Der Wechsel auf Strom-PKW ist gewünscht, aber derzeit leider nicht finanzierbar.

Sämtliche Server bis auf einen, werden mit 100% Strom aus Wasserkraft betrieben. Der letzte wird 2022 umgestellt und dürfte bis dahin jährlich ca. 100kg CO<sub>2</sub>-Äquivalente emittiert haben.

Landverbrauch findet wegen Home-Office nicht statt. Andere Emissionen und Verbräuche gibt es nicht.

Quellen:

- [https://assets.adac.de/image/upload/Autodatenbank/Autotest/AT4704\\_VW\\_Passat\\_1\\_4\\_TSI\\_EcoFuel\\_Comfortline\\_Erdgasbetrieb/VW\\_Passat\\_1\\_4\\_TSI\\_EcoFuel\\_Comfortline\\_Erdgasbetrieb.pdf](https://assets.adac.de/image/upload/Autodatenbank/Autotest/AT4704_VW_Passat_1_4_TSI_EcoFuel_Comfortline_Erdgasbetrieb/VW_Passat_1_4_TSI_EcoFuel_Comfortline_Erdgasbetrieb.pdf)
- [https://assets.adac.de/image/upload/Autodatenbank/Autotest/AT0855\\_VW\\_Golf\\_Variant\\_2\\_0\\_Bi\\_Fuel\\_Erdgasbetrieb/VW\\_Golf\\_Variant\\_2\\_0\\_Bi\\_Fuel\\_Erdgasbetrieb.pdf](https://assets.adac.de/image/upload/Autodatenbank/Autotest/AT0855_VW_Golf_Variant_2_0_Bi_Fuel_Erdgasbetrieb/VW_Golf_Variant_2_0_Bi_Fuel_Erdgasbetrieb.pdf)

### **Verifizierungsindikatoren**

Relevante Umweltkonten des Unternehmens: siehe Text.

## **E3.2 Relative Auswirkungen**

### **Berichtsfragen**

Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Herstellprozesse im Vergleich

- zum Branchenstandard bzw. Stand der Technik?
- zu Mitunternehmen im selben Geschäftsfeld bzw. in der Region?

### **Berichtsantwort**

Die Bechtle AG, das größte deutsche IT-Systemhaus, nennt für 2020 22.459 t CO<sub>2</sub>Eq bei 12.880 Mitarbeitern, also 1,74 t/Mitarbeiter (nur Scope 1+2!). Die ERGO Versicherung gibt 2,15 t CO<sub>2</sub>-Emissionen pro Mitarbeiter für 2019 an. Beim größten deutschen Software-Hersteller SAP lag dieser Wert 2021 bei 1,02 t/Mitarbeiter. Das GWÖ-bilanzierende Dienstleistungsunternehmen Yellowbirds aus Ulm nennt ca. 9t/Mitarbeiter für 2019.

Mit unter 200 kg/Mitarbeiter liegt die TESD GmbH weit unter all diesen Werten.

Quellen:

- <https://www.bechtle.com/dam/jcr:f2385b2d-49c2-40f7-8d21-55d8060636ac/bechtle-nachhaltigkeitsbericht-2021-de.pdf>
- <https://www.ergo.com/de/Verantwortung/Reporting-und-Kennzahlen/Umweltkennzahlen>
- 107.415 Mitarbeiter 2021: <https://www.sap.com/integrated-reports/2021/en/social-performance.html>

- 110 kt CO2 2021: <https://www.sap.com/integrated-reports/2021/en/environmental-performance.html>
- <https://yellowbirds.consulting/download/8059/>

### **Verifizierungsindikatoren**

Relevante Vergleichswerte bezüglich Umweltkonten oder Wirkungskenngrößen (siehe E3.1) in der Branche bzw. Region: siehe Text.

## **E3.3 Negativ-Aspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen**

### **Berichtsfragen**

- Welche Betriebsgenehmigungen und zugehörige Betriebsauflagen gibt es, und sind die Auflagen eingehalten?
- Wie wird die Einhaltung der relevanten Gesetze und Verordnungen überwacht? Werden diese eingehalten, oder sind Rechtsverstöße bekannt?
- Welche Beschwerden bzw. Kontroversen mit Anrainer\*innen bezüglich ökologischer Belastungen liegen vor?
- Welche Kontroversen mit anderen Stakeholder\*innen (zivilgesellschaftliche Initiativen, NGOs etc.) gibt es?
- Wie ist der technische oder gesetzliche Standard vor Ort in Bezug auf andere Standorte des Unternehmens zu bewerten?

### **Berichtsantwort**

Es gibt weder Verstöße gegen Umweltauflagen noch unangemessene Umweltbelastungen.

# E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

## E4.1 Transparenz

### Berichtsfragen

- Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst?
- In welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation)?
- Wird der Bericht durch eine unabhängige Stelle kritisch überprüft?
- Wie einfach ist der Bericht für die Öffentlichkeit zugänglich?

### Berichtsantwort

Die TESD bekennt sich öffentlich zur Gemeinwohl-Ökonomie.

Wir kommunizieren unsere grundsätzliche Werthaltung auf unserer Webseite <https://ulde.de/Gemeinwohl.php>

- Geld ist nie der Zweck, sondern immer nur das Mittel.
- Im Fokus stehen die Anwender und die Zukunftsfähigkeit unserer Software.
- Wir sind der Ansicht, dass die Software den Anwendern gehört.

Bei allen Entscheidungen berücksichtigt die TESD GmbH die berechtigten Interessen schwacher Berührungsgruppen durch ihre drei Nachhaltigkeitsprinzipien:

- nicht zum Schaden der Umwelt
- nicht zum Schaden zukünftiger Generationen
- nicht zum Schaden anderer Menschen.

Dabei setzen wir die eigenen Anforderungen aber immer deutlich höher an als der aktuelle gesellschaftliche Konsens.

Das sind aber nur die Mindestanforderungen. Unternehmerisch tätig wird die TESD GmbH ausschließlich dann, wenn dabei zusätzlich ein erheblicher Vorteil ohne bedeutende Nachteile entsteht.

Transparenz und Mitbestimmung als Grundlage einer aufgeklärten, demokratischen, offenen und pluralistischen Gesellschaft leben wir gegenüber Kunden, Mitarbeitern und Lieferanten. Im Berichtszeitraum haben wir mit unserer FOSS-Strategie auch andere Software-Entwickler in den Blick genommen. Darüber hinaus hatten wir andere Berührungsgruppen aber bislang nicht im Blick.

Einen umfassenden faktenbasierten Bericht an die Öffentlichkeit haben wir bislang nicht erstattet. Damit beginnen wir tatsächlich erst mit unserem ersten Gemeinwohlbericht.

Die TESD GmbH veröffentlicht natürlich jährlich ihre Bilanz.

### **Verifizierungsindikatoren**

Veröffentlichung eines Gemeinwohl-Berichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung: Nein.

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- Die TESD GmbH veröffentlicht zukünftig ihren umfassenden Gemeinwohl-Bericht und die zugehörigen Auditberichte.

## **E4.2 Gesellschaftliche Mitbestimmung**

### **Berichtsfragen**

- Wie können Bürger\*innen in Dialog treten und sich an einem offenen, macht- und sanktionsfreien Argumentationsaustausch beteiligen?
- Wie können gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?
- Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert, und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?

### **Berichtsantwort**

Bürger\*innen und Organisationen relevanter Berührungsgruppen können jederzeit in Dialog treten. Die Ergebnisse werden dokumentiert.

Die Low-Code-Plattform „Q“ haben wir 2021 aktiv beim IT-Kongress Ulm/Neu-Ulm präsentiert und zur Diskussion gestellt. Die Aufzeichnungen davon sind öffentlich.

### **Verifizierungsindikatoren**

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

Ist eine institutionalisierte Infrastruktur des Dialogs (z. B. Ethikforum, Ethikkomitee) vorhanden? Nein

## E4.3 Negativ-Aspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

### **Berichtsfragen**

- Welche Informationen über das Unternehmen entsprechen nicht der unternehmensinternen Realität? Wo gibt es wesentliche Differenzen und wieso?
- Inwiefern wird durch das Unternehmen die öffentliche Meinung direkt oder indirekt durch Fehlinformationen beeinflusst?
- Worin widersprechen die Veröffentlichungen des Unternehmens dem wissenschaftlich gesicherten Forschungsstand oder der allgemeinen Erklärung der Menschenrechte?

### **Berichtsantwort**

Nicht zutreffend.