

Gute Dinge, Teil 3

GWÖ Bericht 23/24

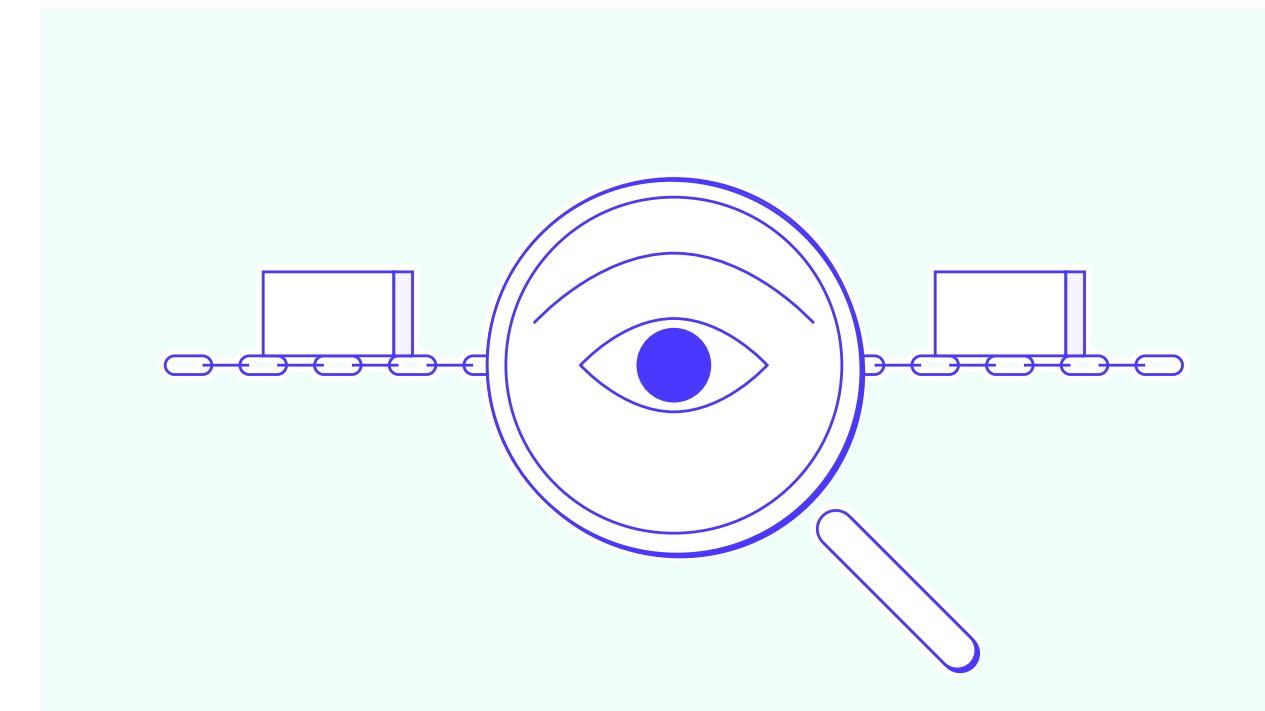
visuellverstehen



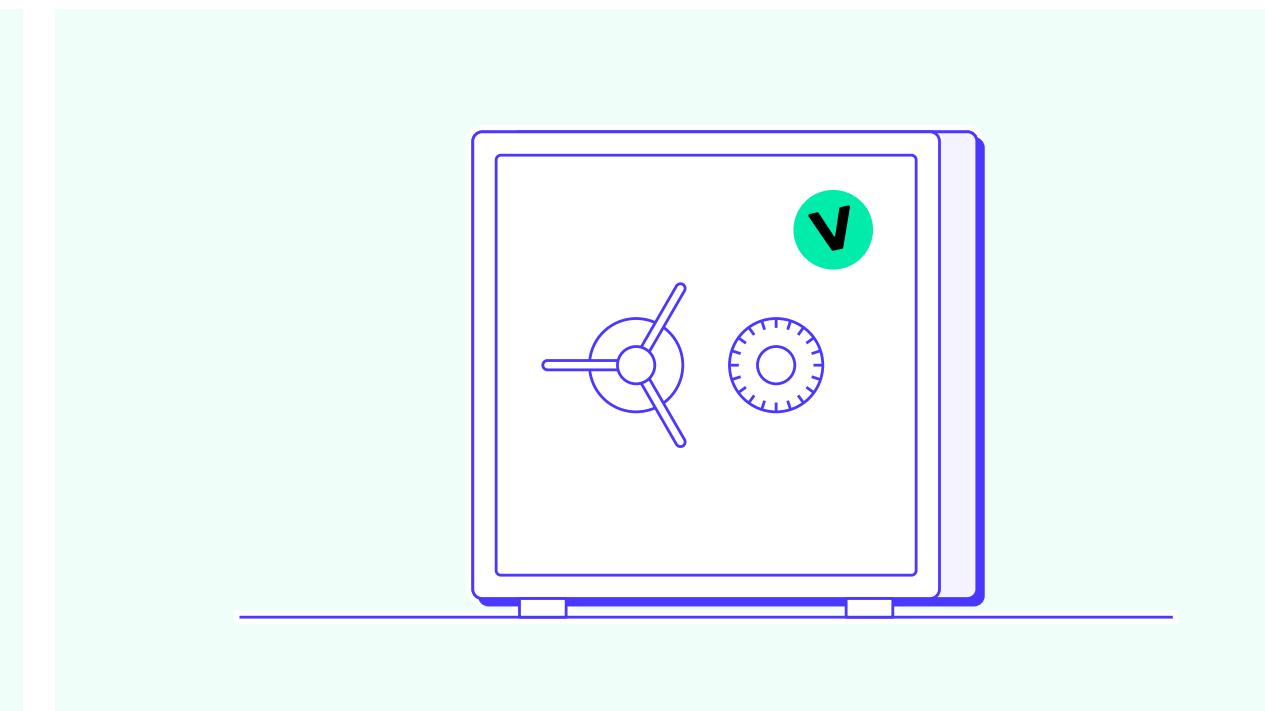


Inhalt

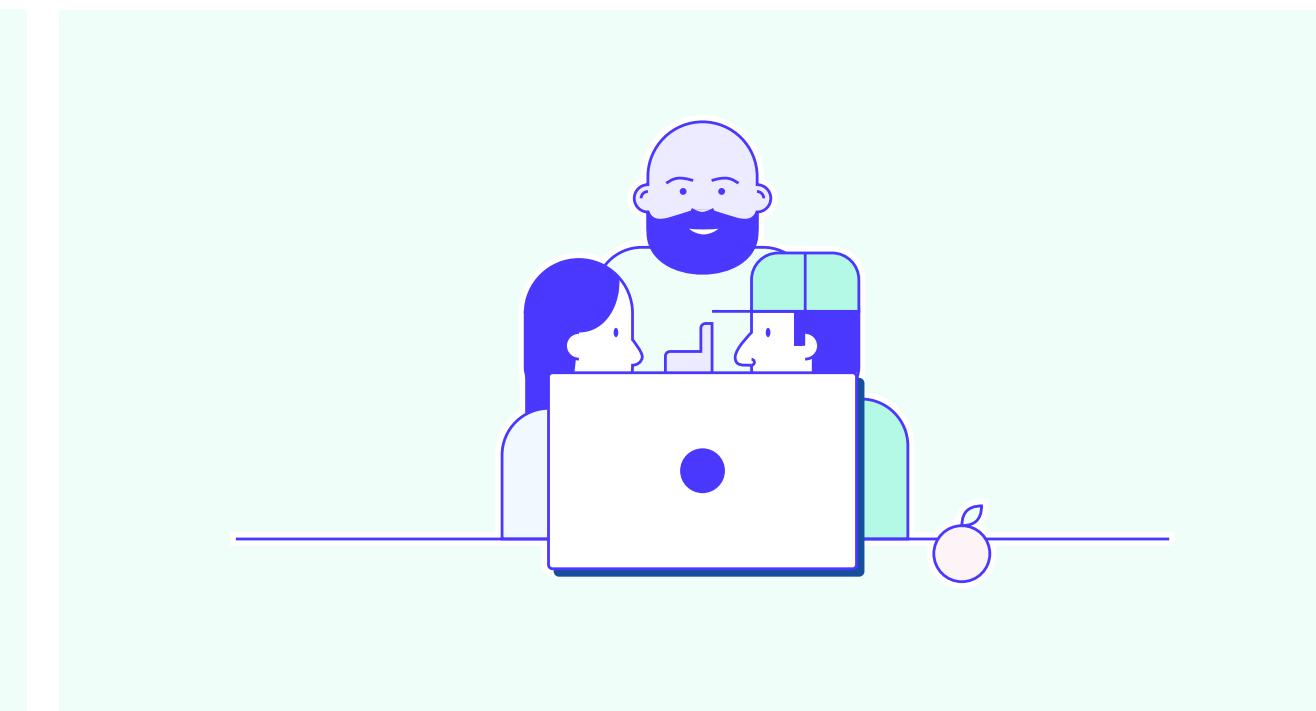
6 Lieferant*innen



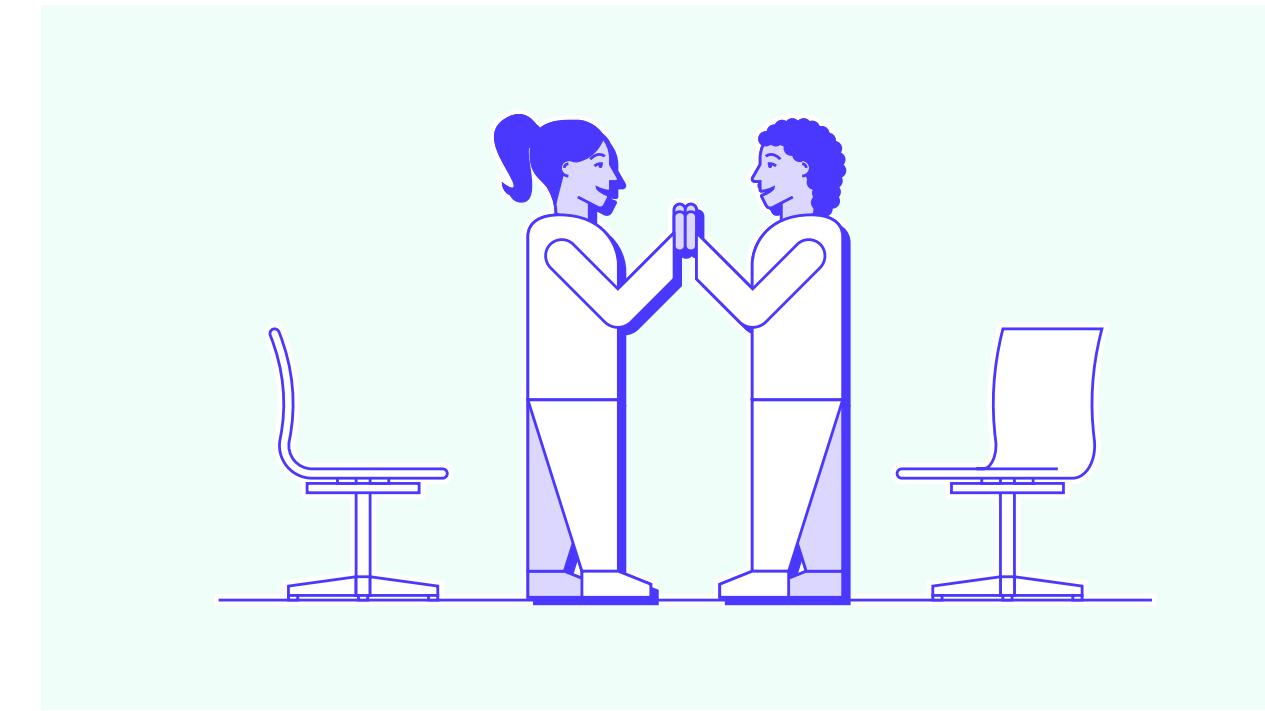
11 Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen



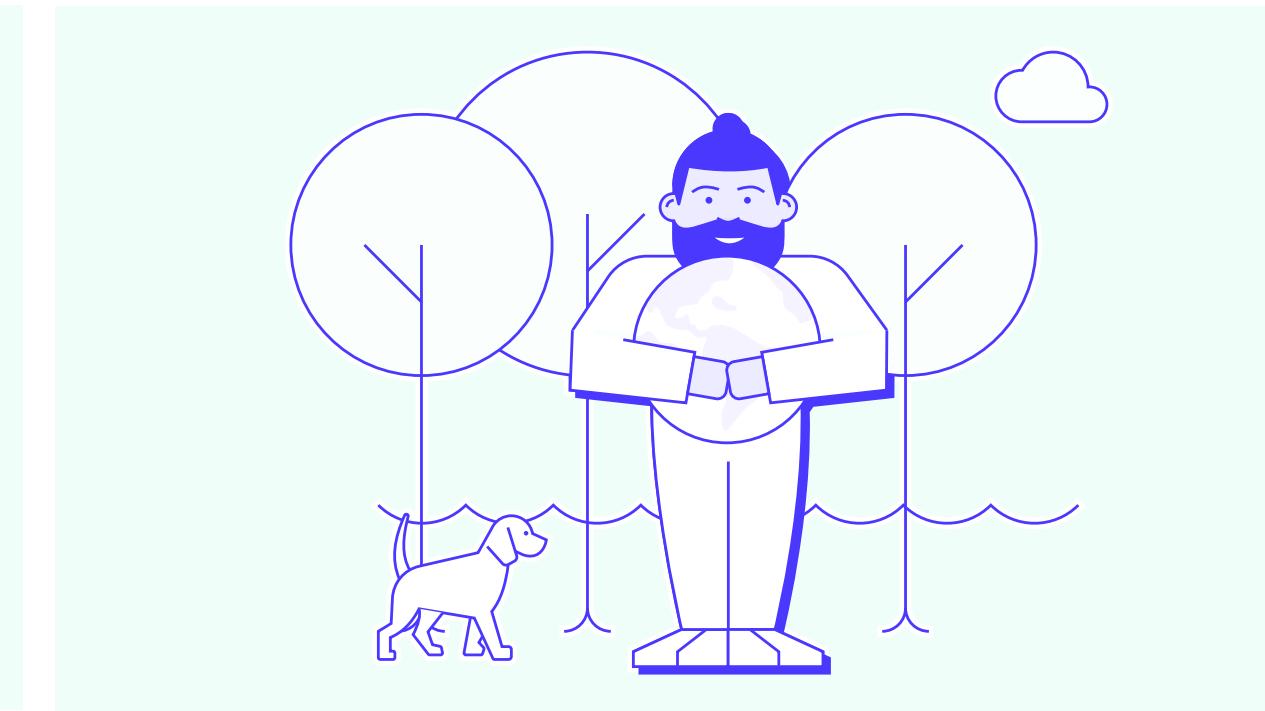
14 Mitarbeitende



18 Kund*innen und Mitunternehmen



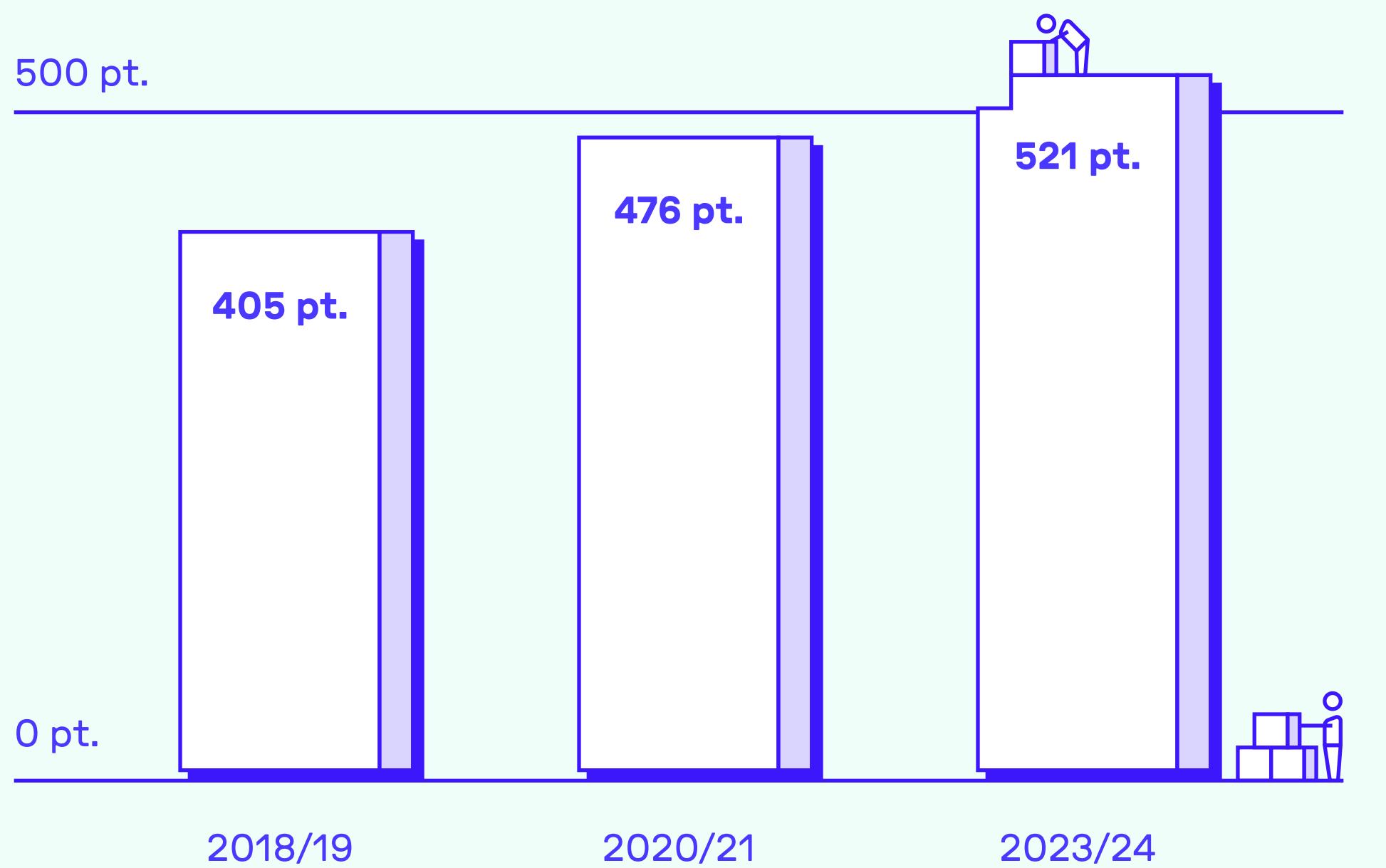
21 Gesellschaftliches Umfeld



26 Testat



Intro



Mit dem Bericht für die Jahre 2023/24 schließen wir bereits unsere dritte Gemeinwohl-Bilanz ab. Heißt: Seit sechs Jahren beschäftigen wir uns intensiv mit der Verankerung zentraler Werte wie Menschenwürde, Solidarität und ökologischer Nachhaltigkeit sowie Transparenz und Mitentscheidung. Dabei konnten wir unsere Punktzahl kontinuierlich steigern – von 405 über 476 auf zuletzt 521 Punkte.

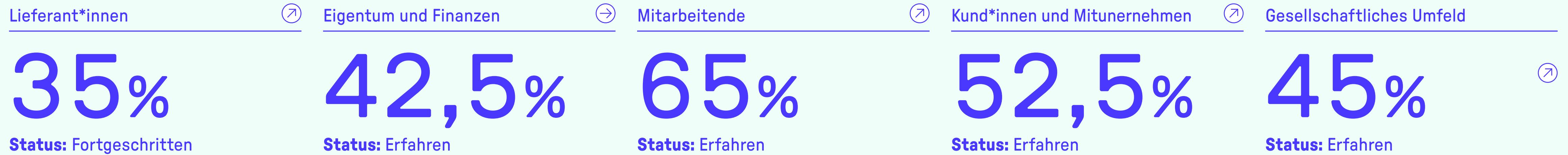
Die Gemeinwohl-Bilanzierung lässt uns über Gewinn, Wachstum und andere klassische ökonomische Kennzahlen hinausblicken. Dadurch ergeben sich Fragen danach, wie wir als Unternehmen handeln, wofür wir stehen und welchen Beitrag wir für Mitarbeitende, Umwelt und Gesellschaft leisten möchten.

Der Bilanzierungsprozess gibt uns dabei eine klare Struktur für Weiterentwicklung, macht Stärken und Verbesserungsfelder sichtbar und sorgt für Transparenz nach außen. Für uns ist die Bilanzierung ein zentrales Instrument, um Verantwortung zu übernehmen und Vertrauen aufzubauen.

Unsere Mitarbeitenden sind aktiv in den Bilanzierungsprozess eingebunden, ebenso in viele Entscheidungen bezüglich der Ausrichtung und Weiterentwicklung von visuellverstehen. In Workshops setzen wir uns näher mit den fünf Berührungsgruppen sowie Chancen und Herausforderungen unseres Unternehmens auseinander und fördern so Austausch und Weiterentwicklung.

Die Ergebnisse der aktuellen Bilanz möchten wir gerne teilen. Diese Broschüre zeigt entlang der Berührungsgruppen der GWÖ-Matrix, wo wir heute stehen und welche Fortschritte wir seit dem letzten Bericht erzielt haben.

Bewertungsstufen der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ)



Bewertungsstufen

Basislinie	0–9,99 %	Die Organisation unternimmt nichts in Bezug auf das Thema.
Erste Schritte	10–19,99 %	Die allerersten Schritte werden gemacht, grundlegende Informationen liegen vor.
Fortgeschritten	20–39,99 %	Es werden bereits konkrete Maßnahmen umgesetzt und Fortschritte in Richtung Gemeinwohl erzielt.
Erfahren	40–69,99 %	Die Organisation hat bereits umfassende Erfahrungen gesammelt und ihre Praktiken sind etabliert.
Vorbildlich	70–100 %	Eine herausragende Umsetzung der GWÖ-Werte, die als Vorbild für andere dienen kann.

Lieferant*innen

Verantwortung wahrnehmen
für die Zuliefererkette



35%
Fortgeschritten

Menschenwürde	20 %
Solidarität und Gerechtigkeit	40 %
Ökologische Nachhaltigkeit	50 %
Transparenz und Mitentscheidung	30 %

Gemeinwohlorientiert abliefern

Mit Blick auf unsere Lieferant*innen können wir festhalten, dass heute bereits 47% unserer Lieferant*innen aus der Region sind. Im Schnitt arbeiten wir 5 Jahre und 3 Monate mit ihnen zusammen und 18,5% von ihnen bringen ein Nachhaltigkeitssiegel mit.

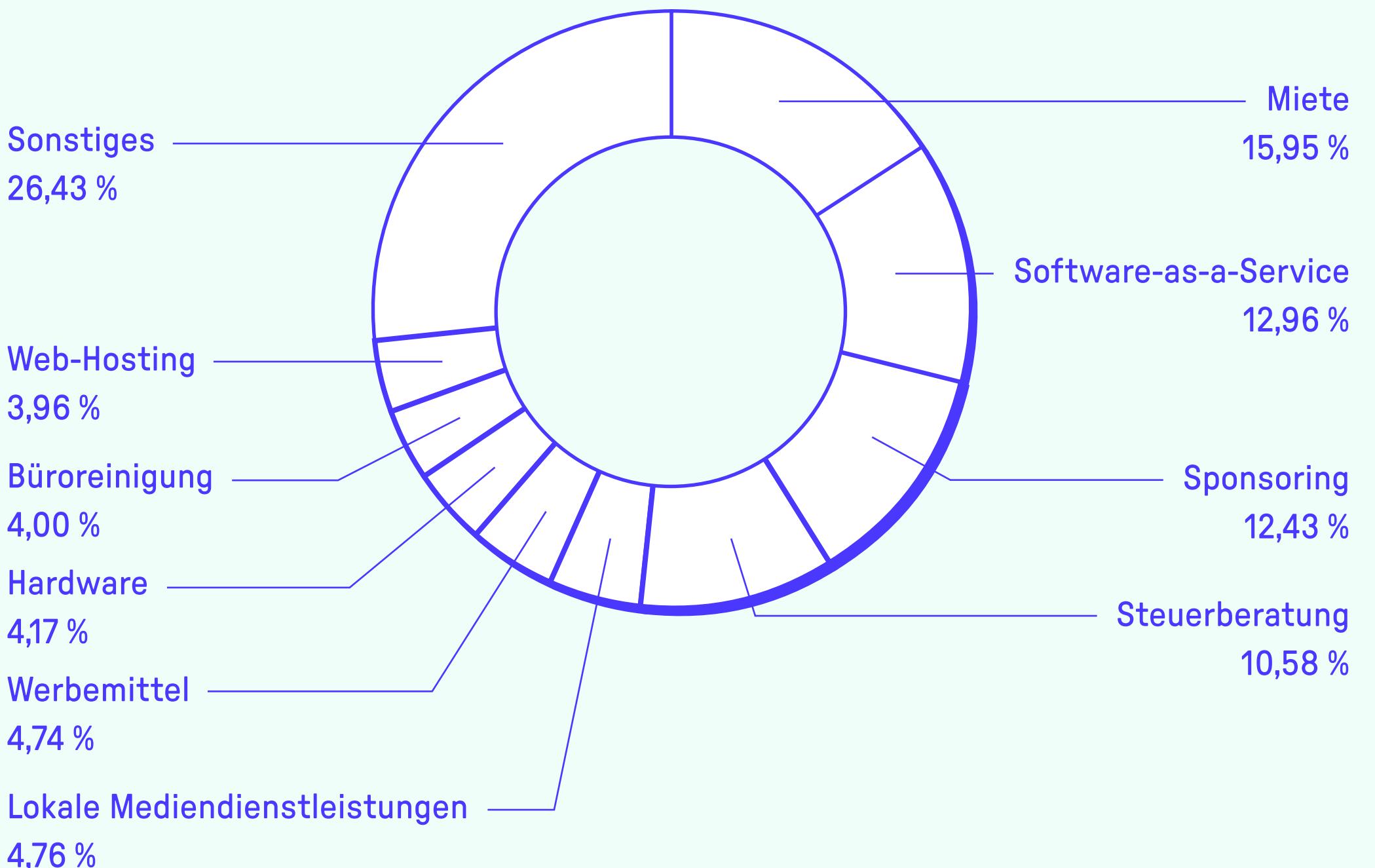
Gute Zusammenarbeit entsteht für uns dabei vor allem durch gegenseitigen Austausch und verlässliche Partnerschaften. Deshalb schauen wir nicht nur darauf, was wir einkaufen, sondern auch von wem. Kurz gesagt: Unsere Zusammenarbeit ist auf Konsistenz, Vertrauen und langfristige Partnerschaft ausgelegt.

Zu Papier gebracht

Um Nachhaltigkeit systematisch mitzudenken, haben wir eine Einkaufsrichtlinie entwickelt, die uns bei der Auswahl neuer Partner*innen unterstützt. Sie hilft uns einzuschätzen, welche sozialen und ökologischen Auswirkungen unsere Entscheidungen haben und hält diese für das ganze Team transparent fest.

Zusätzlich befragen wir unsere Lieferant*innen alle zwei Jahre zu Risiken und Herausforderungen in ihren eigenen Lieferketten. Die Rücklaufquote von 12% im Jahr 2024 zeigt allerdings auch: Da geht noch mehr.

Durchschnittliche Kosten bei visuell verstehen

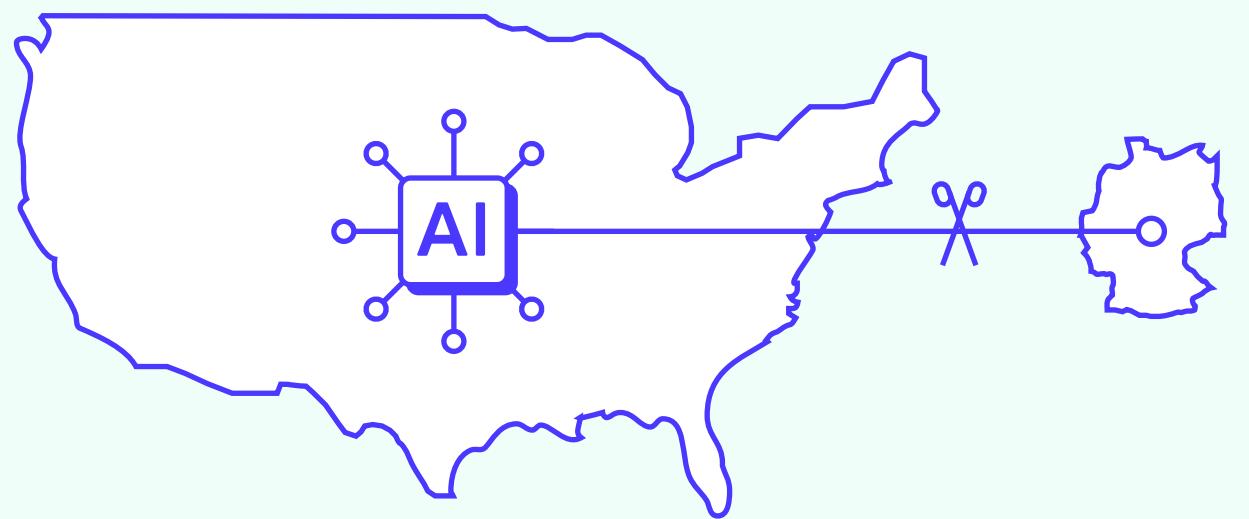


Lieferkette: Anspruch trifft Realität

Als Unternehmen tragen wir nicht nur für unsere direkten Lieferant*innen Verantwortung, sondern auch für die Bedingungen entlang der gesamten Lieferkette. Die Herausforderung dabei: In der Praxis ist diese häufig von geringer Transparenz, komplexen Abhängigkeiten und begrenzten Einflussmöglichkeiten geprägt.

Das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) war ein wichtiger Schritt, um menschenrechtliche und umweltbezogene Sorgfaltspflichten verbindlich festzuschreiben und klarzumachen, dass Verantwortung nicht an der eigenen Unternehmensgrenze endet.





Es ist kompliziert: Software-as-a-Service

Eine besondere Herausforderung in Bezug auf unsere Lieferant*innen ist der Bereich Software-as-a-Service (SaaS). Viele der digitalen Dienste, auf die wir im Arbeitsalltag angewiesen sind, werden von global agierenden Konzernen bereitgestellt, deren Geschäftsmodelle und Entscheidungsstrukturen nicht gemeinwohlorientiert ausgerichtet sind. Als vergleichsweise kleines Unternehmen haben wir weder direkten Zugang zu diesen Anbietern noch nennenswerten Einfluss auf deren soziale, ökologische oder datenschutzbezogene Standards.

Gleichzeitig sind diese Lösungen häufig tief in unsere Arbeitsprozesse integriert und funktional kaum ersetzbar. Gemeinwohlorientierte oder europäische Alternativen existieren nur vereinzelt, sind noch nicht marktreif oder decken die benötigten Anforderungen nicht vollständig ab. Dies führt zu einem Spannungsfeld zwischen unserem eigenen Anspruch an Verantwortung und der Realität digitaler Abhängigkeiten.

Wir begegnen dieser Herausforderung, indem wir regelmäßig Alternativen prüfen. Darüber hinaus verstehen wir es als Teil unserer Verantwortung, diese strukturellen Grenzen offen zu benennen und uns für bessere Rahmenbedingungen, mehr Transparenz und die Förderung gemeinwohlorientierter digitaler Infrastrukturen einzusetzen.

Unsere nachhaltigen Partner

Wo immer es uns möglich ist, arbeiten wir mit nachhaltigen und gemeinwohlorientierten Lieferant*innen zusammen. Unseren hundertprozentigen Ökostrom beziehen wir von Green Planet Energy, unser Telefonanbieter ist WEtell, unseren ökologischen und fairen Kaffee bekommen wir von onoma und unsere Lebensmittel für das gemeinsame Mittagessen kommen vom regionalen Bio-Lieferservice Lebendiges Land, Denns Bio Markt und dem Wochenmarkt am Südermarkt in Flensburg.



Back Market



HETZNER



Südermarkt
Wochenmarkt Flensburg

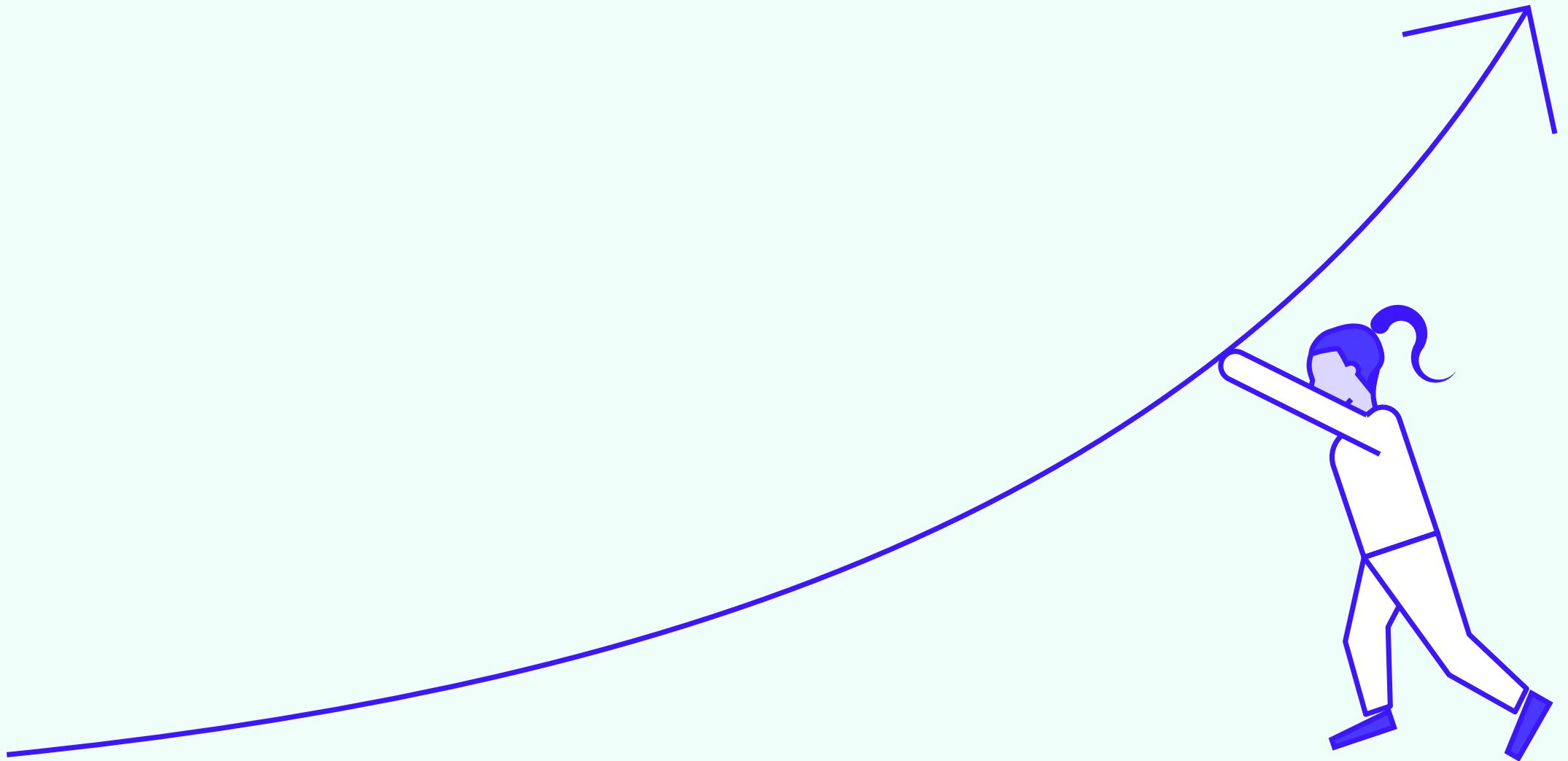


Auszug unserer nachhaltigen Partner*innen

Verbesserungen

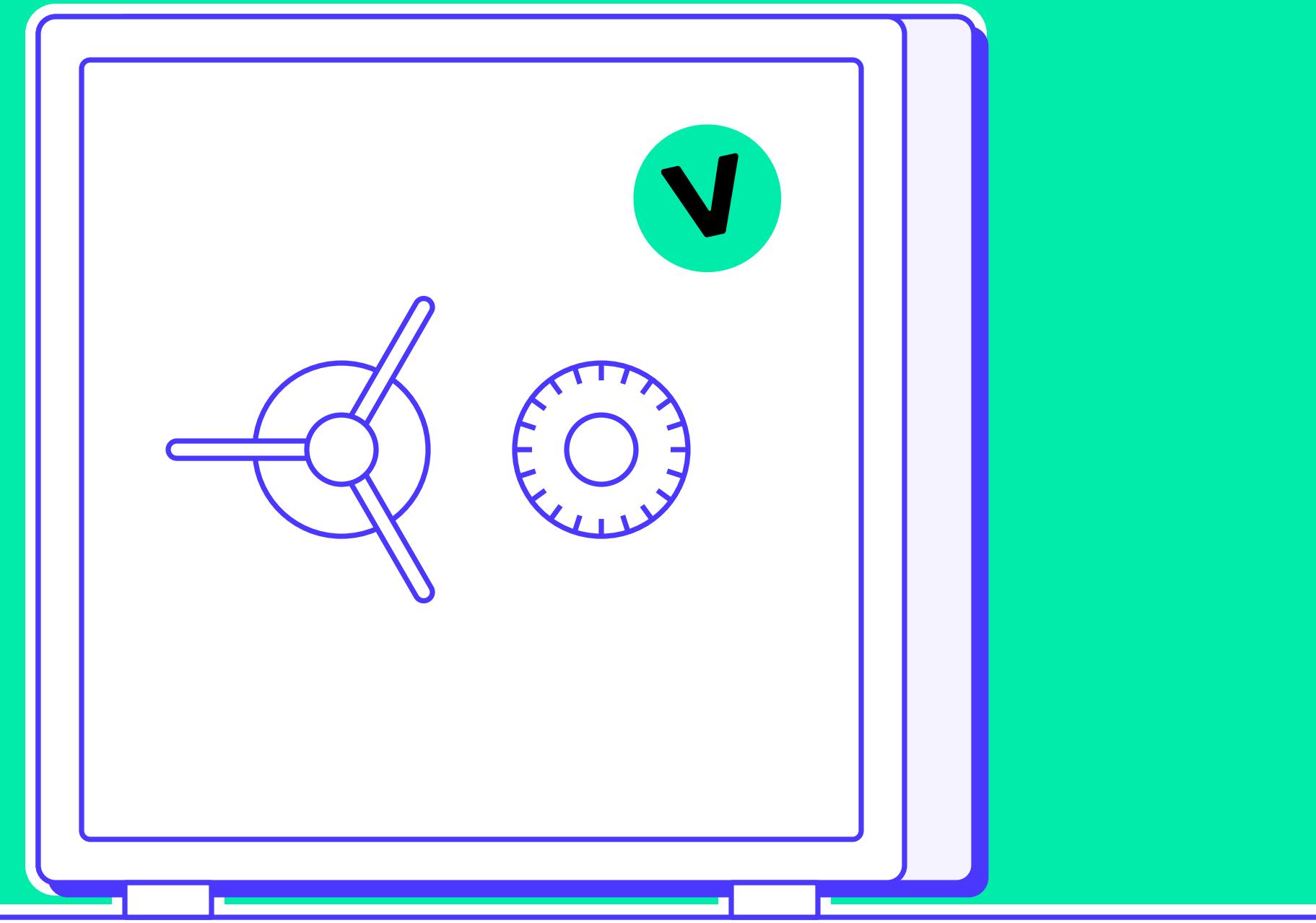
Trotz erster Schritte sehen wir gerade in Bezug auf unsere Lieferkette noch Luft nach oben. Unsere Umfrage hat wenig Rückmeldungen generiert, und die politische Lage erschwert derzeit verbindliche Auskünfte entlang der Lieferkette. Das führt dazu, dass wir im GWÖ-Bewertungssystem noch nicht dort stehen, wo wir gerne wären.

Aber wir bleiben dran – mit Transparenz, Offenheit und dem klaren Ziel, unsere Lieferkette immer fairer und nachhaltiger zu gestalten. Konkret geht es uns darum, die gesamte Lieferkette über unsere direkten Zuliefer*innen hinaus genauer zu beleuchten.



Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen

Haltung im Umgang mit Finanzmitteln, Investitionen und Eigentum



42,5%

Erfahren

Menschenwürde	80 %
Solidarität und Gerechtigkeit	50 %
Ökologische Nachhaltigkeit	30 %
Transparenz und Mitentscheidung	10 %

Unabhängig und krisensicher

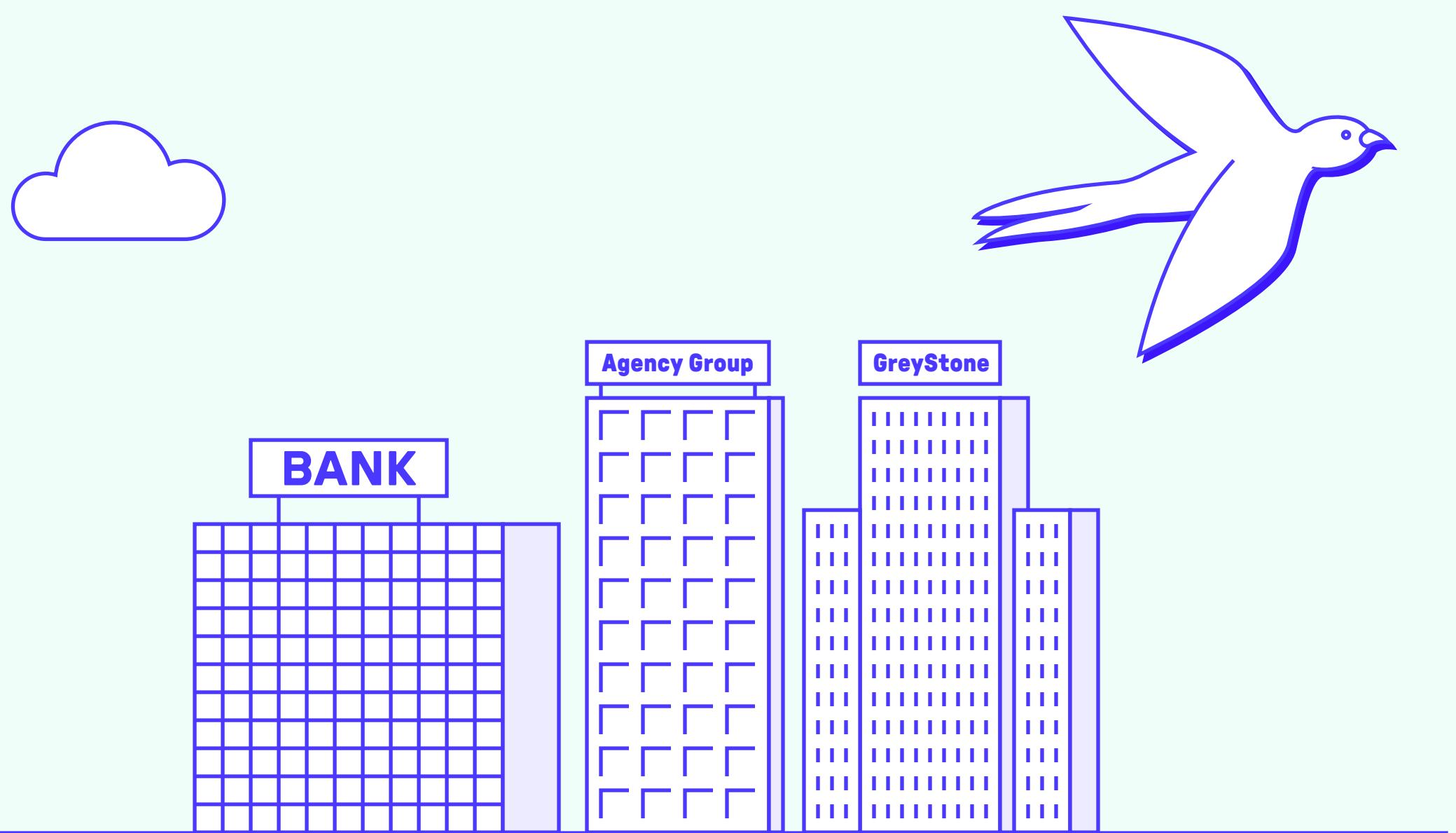
visuellverstehen ist ein zu 100 % unabhängiges Unternehmen und nicht auf externe Geldgeber*innen angewiesen. Diese finanzielle Unabhängigkeit ist für uns eine zentrale Voraussetzung, um unsere Werte glaubwürdig zu leben und langfristig handlungsfähig zu bleiben.

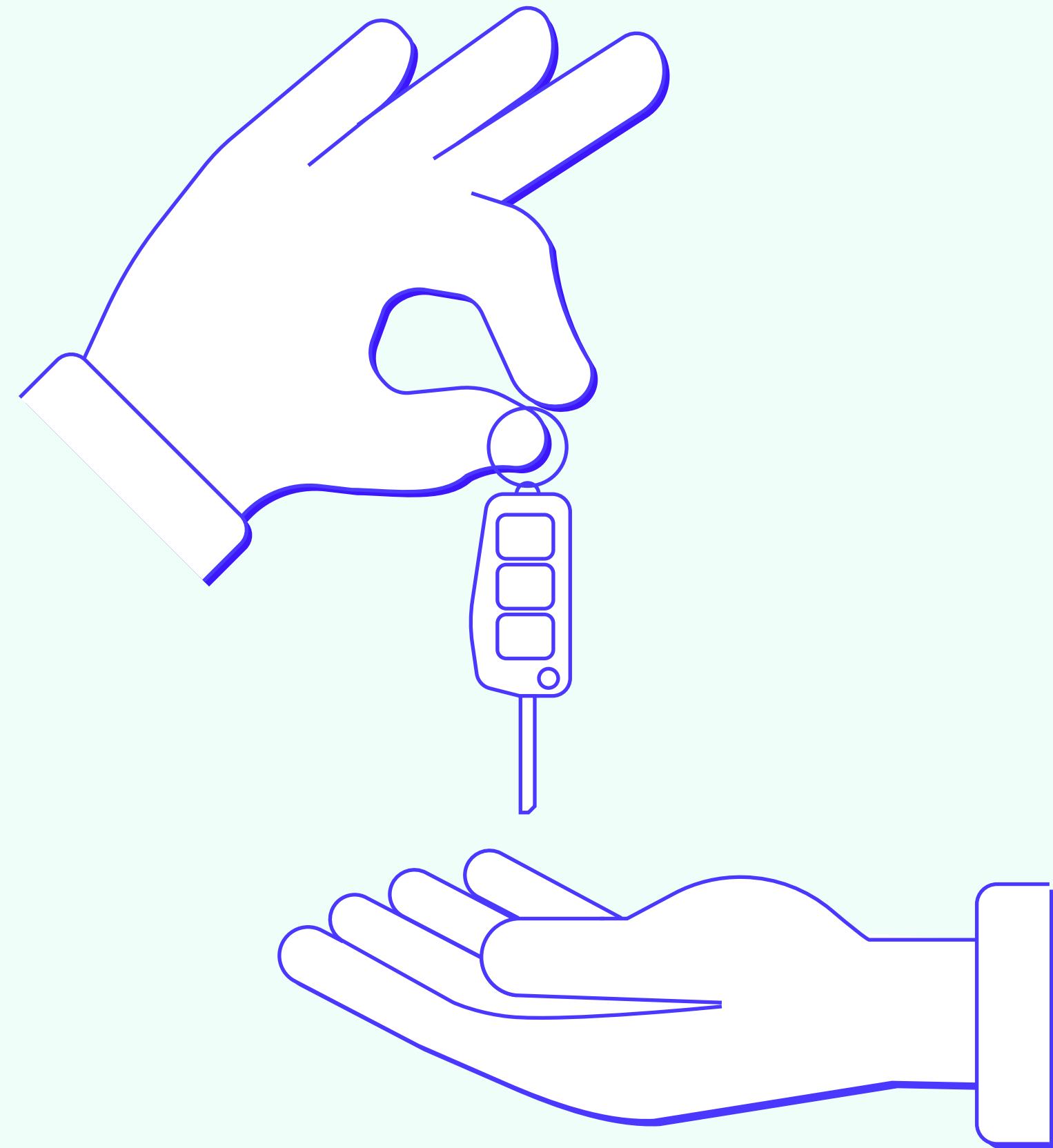
Unsere Hausbank ist die GLS Bank, eine zertifizierte Ethikbank, die gezielt soziale, ökologische und gemeinwohlorientierte Projekte fördert. Damit passt sie in ihrer Ausrichtung und Wirkung zu unserem eigenen Anspruch an verantwortungsvolles Wirtschaften.

Stabilität durch Rücklagen

Finanzielle Verantwortung verstehen wir nicht nur als solides Controlling, sondern als bewusste Gestaltung unserer wirtschaftlichen Grundlagen. Ein wichtiger Bestandteil unserer Finanzstrategie ist der kontinuierliche Aufbau und Erhalt angemessener Rücklagen. So stellen wir sicher, dass wir laufende Kosten zuverlässig decken, in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten stabil bleiben und unabhängig von kurzfristigen Markt- oder Krisensituationen agieren können.

Diese Form der finanziellen Vorsorge schafft Vertrauen – sowohl intern als auch gegenüber unseren Kund*innen. Sie ermöglicht uns langfristige Planungssicherheit, Verlässlichkeit in der Zusammenarbeit und die Freiheit, Entscheidungen im Sinne des Gemeinwohls zu treffen, statt sich an Renditeerwartungen externer Kapitalgeber*innen orientieren zu müssen.





Sharing is caring

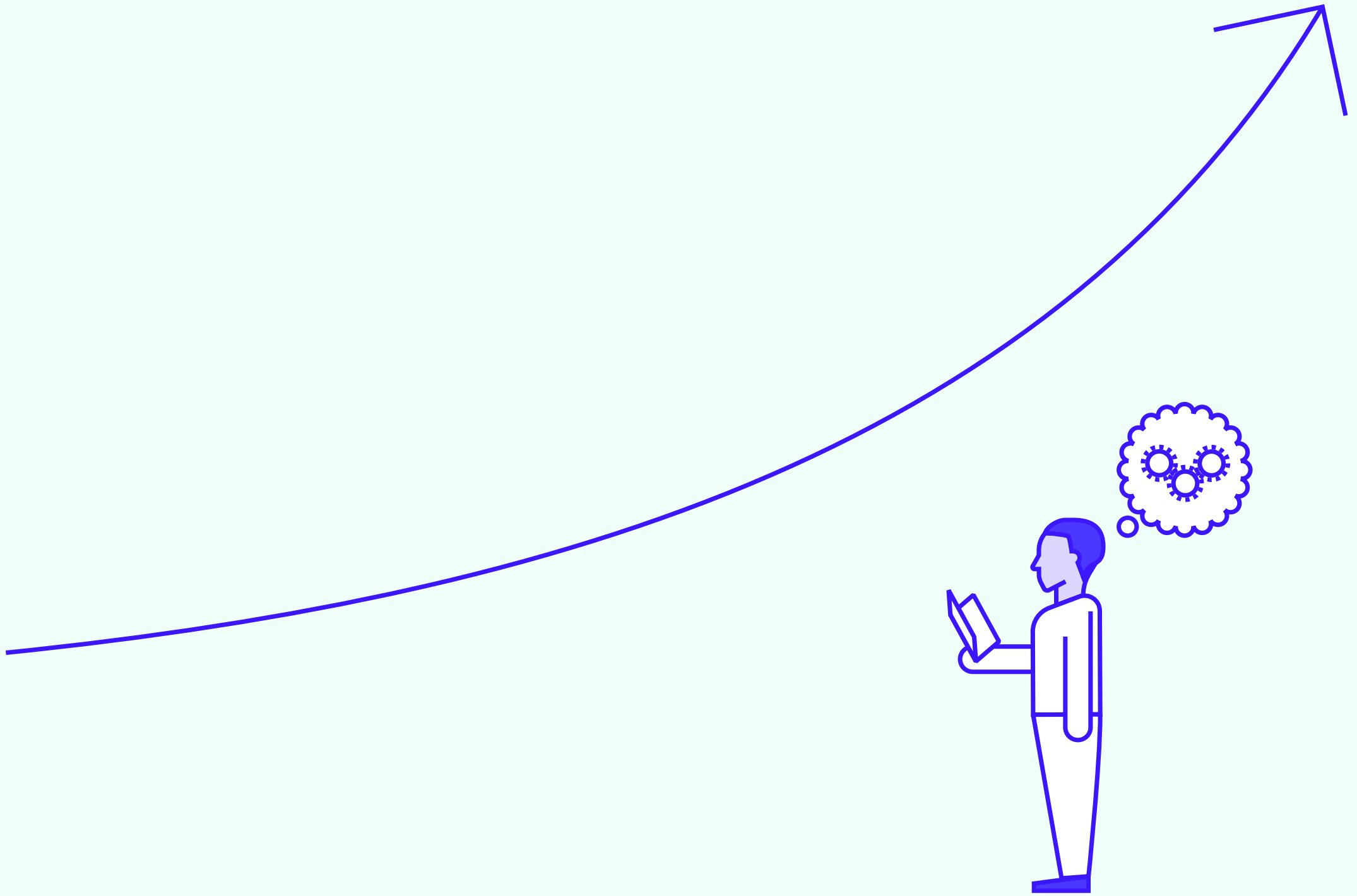
Auch im Bereich Mobilität haben wir bewusst neue Wege eingeschlagen und unsere bisherige Praxis kritisch überprüft. Nachdem im Berichtszeitraum die Leasingverträge für zwei Firmenwagen ausgelaufen sind, haben wir uns entschieden, auf ein Carsharing-Modell umzusteigen. Konkret nutzen wir nun einen Unternehmensaccount beim Anbieter Cambio, der unseren Mitarbeitenden für dienstliche Fahrten zur Verfügung steht. Ausschlaggebend für diesen Schritt war unter anderem die tatsächliche Nutzung unseres Firmenwagens: Im Jahr 2024 war dieser lediglich an 164 Tagen im Einsatz.

Die entsprechend lange Standzeit machte deutlich, dass ein eigener Fuhrpark weder ökologisch noch wirtschaftlich sinnvoll ist. Durch die Umstellung auf Carsharing reduzieren wir gezielt Emissionen, senken laufende Kosten und erhöhen gleichzeitig unsere Flexibilität, da Fahrzeuge bedarfsgerecht genutzt werden können. Dieser Schritt ist für uns ein konsequenter Beitrag zu einer nachhaltigeren Unternehmenspraxis.

Für die zukünftige Entwicklung gilt zudem ein klarer Grundsatz: Sollte ein Pkw für betriebliche Zwecke notwendig sein, kommt ausschließlich ein Elektrofahrzeug in Frage. Damit unterstreichen wir unseren Anspruch, Mobilität verantwortungsvoll, ressourcenschonend und zukunftsorientiert zu gestalten.

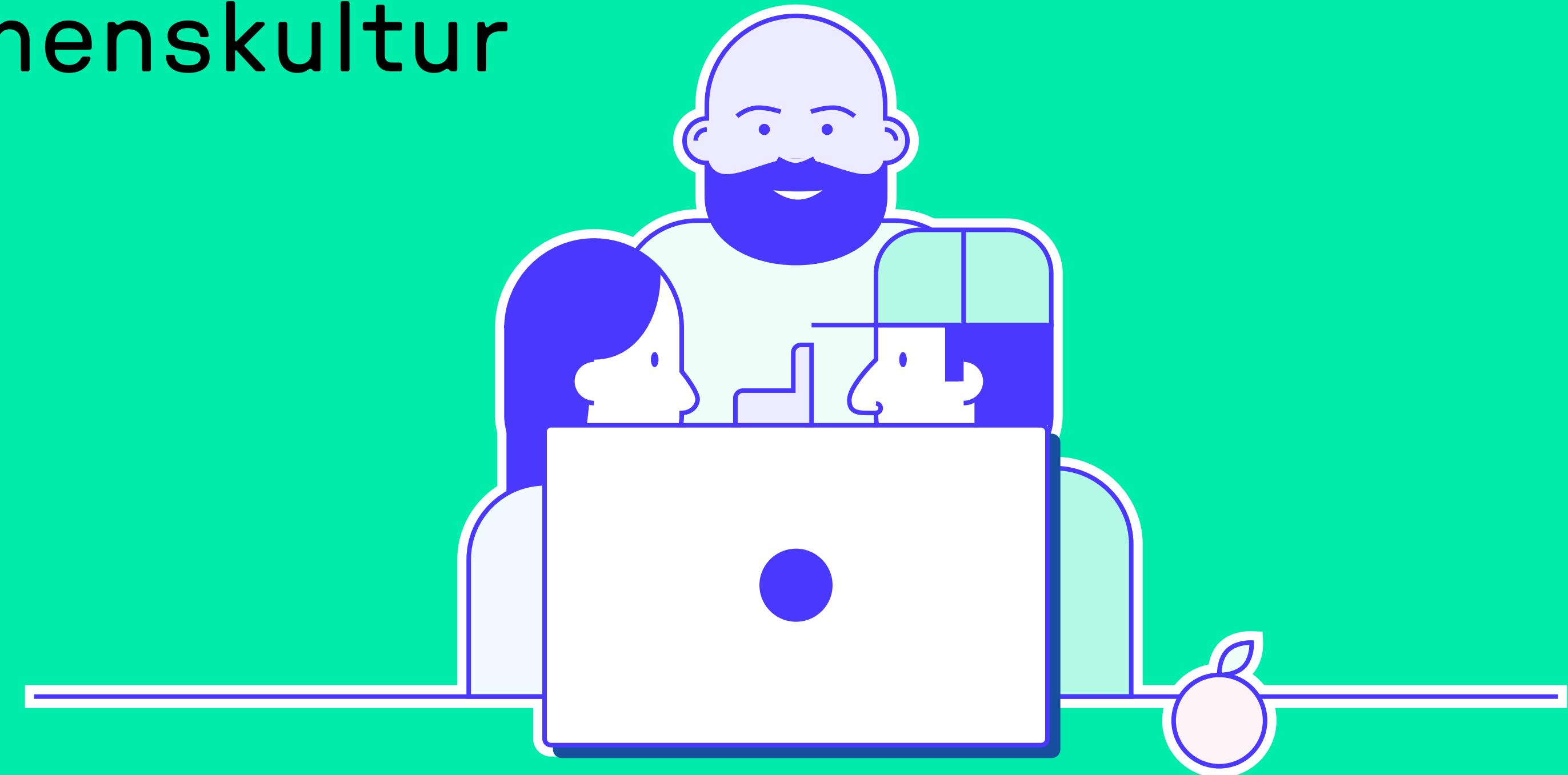
Verbesserungen

Durch den konsequenten Ausbau unserer Rücklagen konnten wir unsere finanzielle Resilienz stärken. Da wir vollständig ohne externe Kredite arbeiten, bleibt unsere Unabhängigkeit gegenüber Geldgeber*innen erhalten – ein klarer Pluspunkt für eine nachhaltige und gemeinwohlorientierte Wirtschaftsweise. Als zusätzliche Maßnahme prüfen wir derzeit Investitionsmöglichkeiten in soziale oder ökologische Projekte, die die Gesellschaft stärken und unser Kapital zeitgleich nicht zu lange binden.



Mitarbeitende

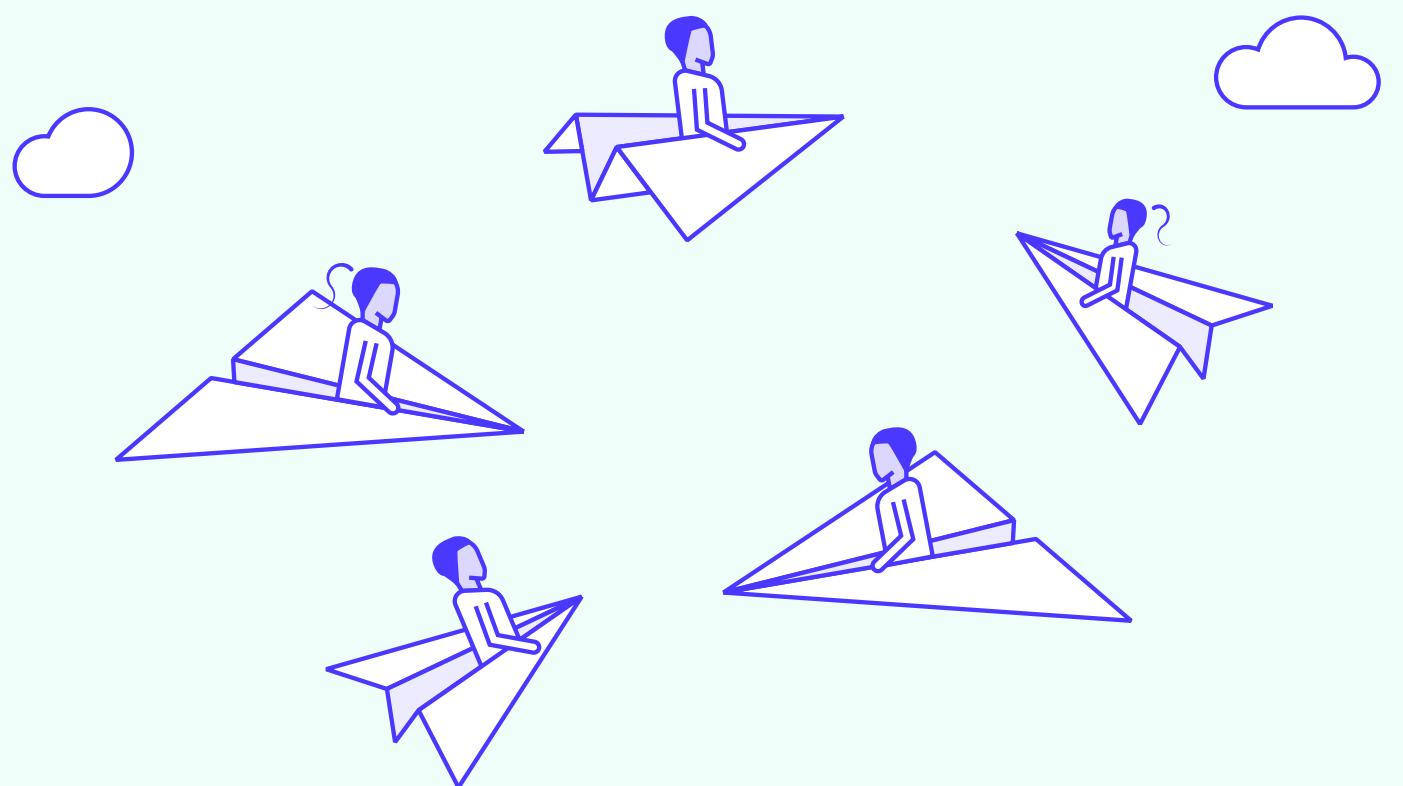
Menschenzentrierte Unternehmenskultur



65%

Erfahren

Menschenwürde	60 %
Solidarität und Gerechtigkeit	60 %
Ökologische Nachhaltigkeit	80 %
Transparenz und Mitentscheidung	60 %



Individuell und flexibel

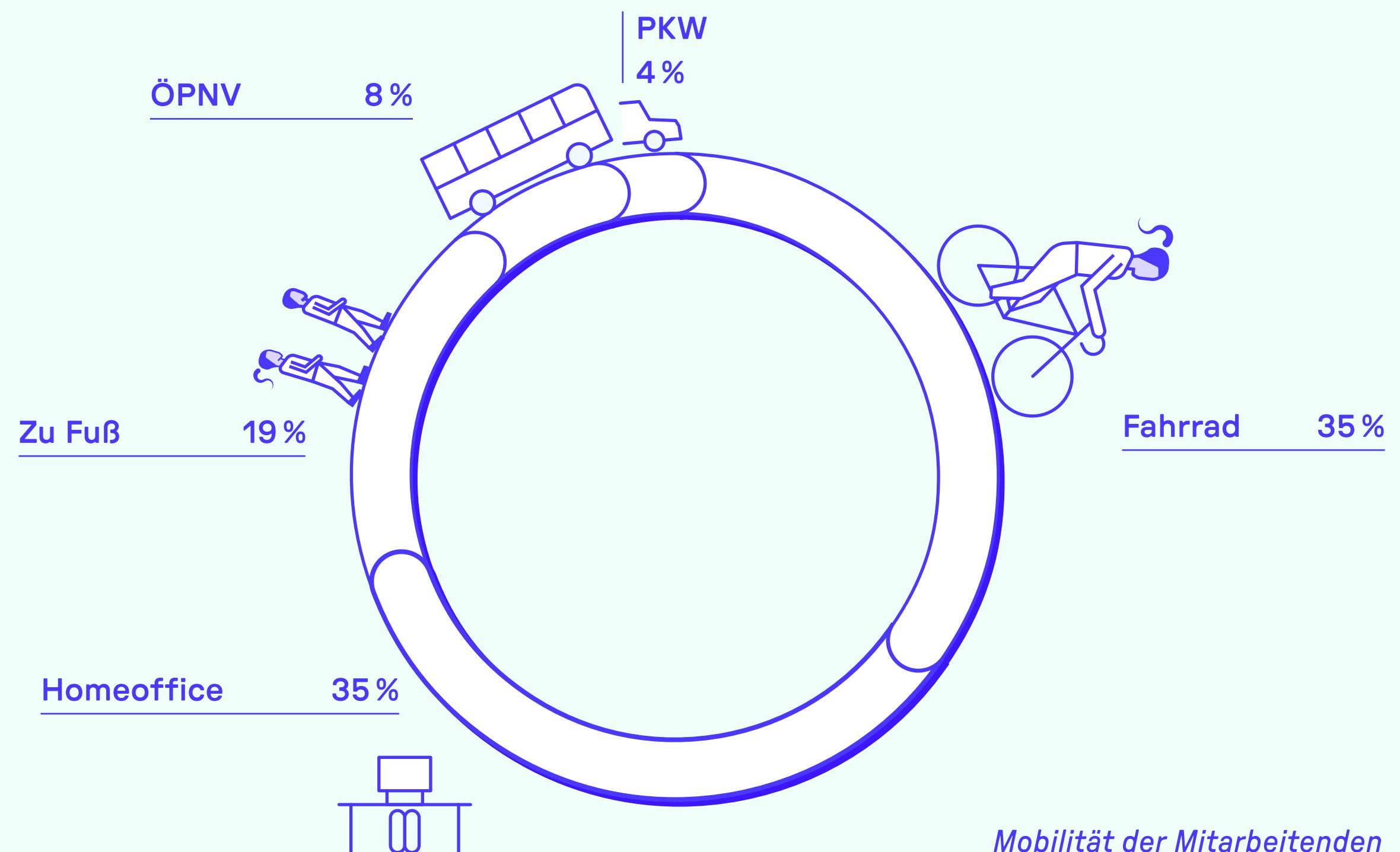
Zu guten Arbeitsbedingungen gehören für uns auch Flexibilität und Vertrauen. Unsere Mitarbeitenden können selbst entscheiden, ob sie im Büro, hybrid oder komplett remote arbeiten möchten. Arbeitszeiten und Arbeitsverträge gestalten wir individuell – von unterschiedlichen Wochenarbeitszeiten bis hin zu saisonal unterschiedlichen Arbeitstagen pro Woche. So schaffen wir Rahmenbedingungen, die sich an den Lebenssituationen unserer Mitarbeitenden orientieren.

Austausch als Basis

Wie wollen wir miteinander umgehen? Was beschäftigt die Mitarbeitenden von visuellverstehen? Wie können wir gemeinsam an Lösungen für ein gutes Miteinander arbeiten? Solche Fragen stellen wir uns als Unternehmen. Die Antworten darauf lassen sich allerdings nur gemeinsam finden.

Daher lebt unsere Unternehmenskultur davon, dass sich alle einbringen können und gehört werden. Wir setzen auf regelmäßigen Austausch, transparente Entscheidungswege und eine Zusammenarbeit auf Augenhöhe. In Formaten wie dem vierwöchentlichen Schulterblick, der Teamsitzung oder unseren halbjährlichen 6-Augen-Gesprächen schaffen wir Raum für Feedback, Weiterentwicklung und persönliche Anliegen.

Ergänzt wird dies durch gemeinsame Feste, ein internes Barcamp und unsere jährliche Klausurtagung – Momente, in denen wir als Team zusammenkommen und unser Miteinander stärken. Außerdem führen wir regelmäßig Umfragen unter den Mitarbeitenden durch. Hier findest du einen kleinen Einblick in die Ergebnisse unserer letzten Mitarbeitendenumfrage:



Wohlfühlen

Darüber hinaus liegt uns das Wohlbefinden unseres Teams am Herzen. An drei Tagen pro Woche wird vegan und vegetarisch mit regionalen Bio-Lebensmitteln gekocht, welches die Gemeinschaft stärkt und für die gesunde Ernährung der Mitarbeitenden sorgt. Ergänzende Angebote wie Fahrradleasing, höhenverstellbare Schreibtische oder Massagen im Büro unterstützen eine nachhaltige und gesundheitsfördernde Arbeitsweise. Letzteres haben wir mittlerweile aufgrund geringer Nachfrage durch das Firmenfitness-Netzwerk Wellpass ersetzt. Es steht außerdem in Angebot für psychotherapeutische Beratung zur Verfügung.



Ergebnisse der Mitarbeitenden-Umfrage

Unternehmenskultur

Wertebasiert, offen, fair,
und wertschätzend

Alter

Ø 34 Jahre

Soziales Umfeld

96% arbeiten in einem Umfeld, in dem
Mitarbeiter*innen mit unterschiedlicher Herkunft,
sexueller Ausrichtung und verschiedenen
Werdegängen erfolgreich sein können.

Umgang unter Kolleg*innen

Respektvoll,
unterstützend und
freund(schaft)lich

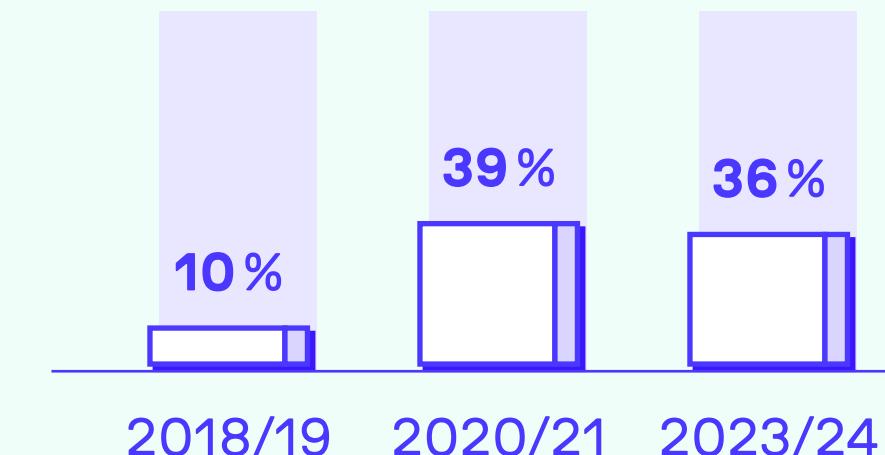
Betriebszugehörigkeit

Ø 3,48 Jahre

Berufliche Weiterbildungen

81% finden, dass Weiterbildungen nach
individuellem Interesse gewählt werden können.

Frauenquote



Berufliches Umfeld

85% finden, dass ökologisches Verhalten im
beruflichen Umfeld gefördert wird.

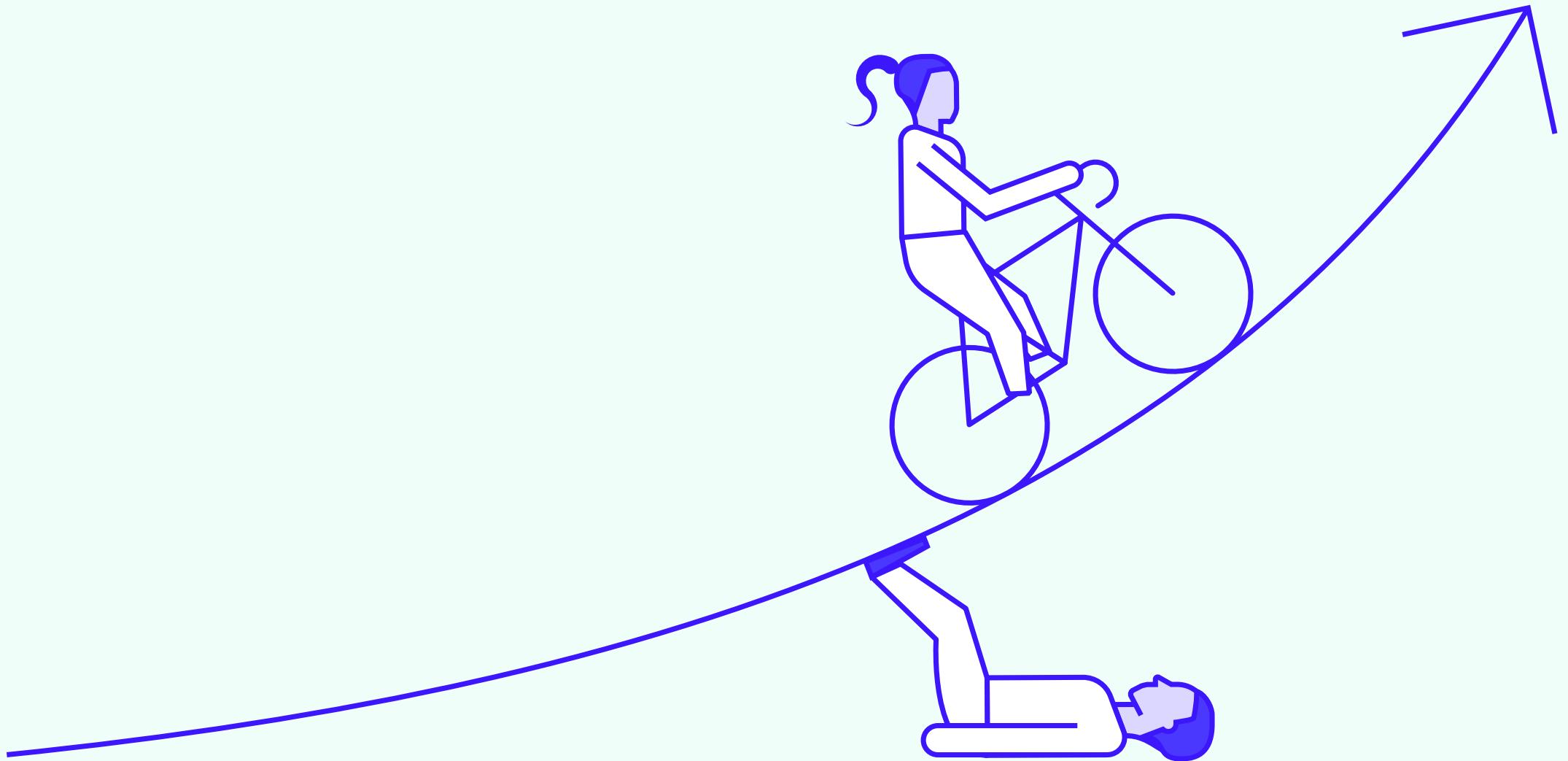
Gesundheit

65% beeinflusst das Essensangebot die
Ernährungsgewohnheiten positiv.

Verbesserungen

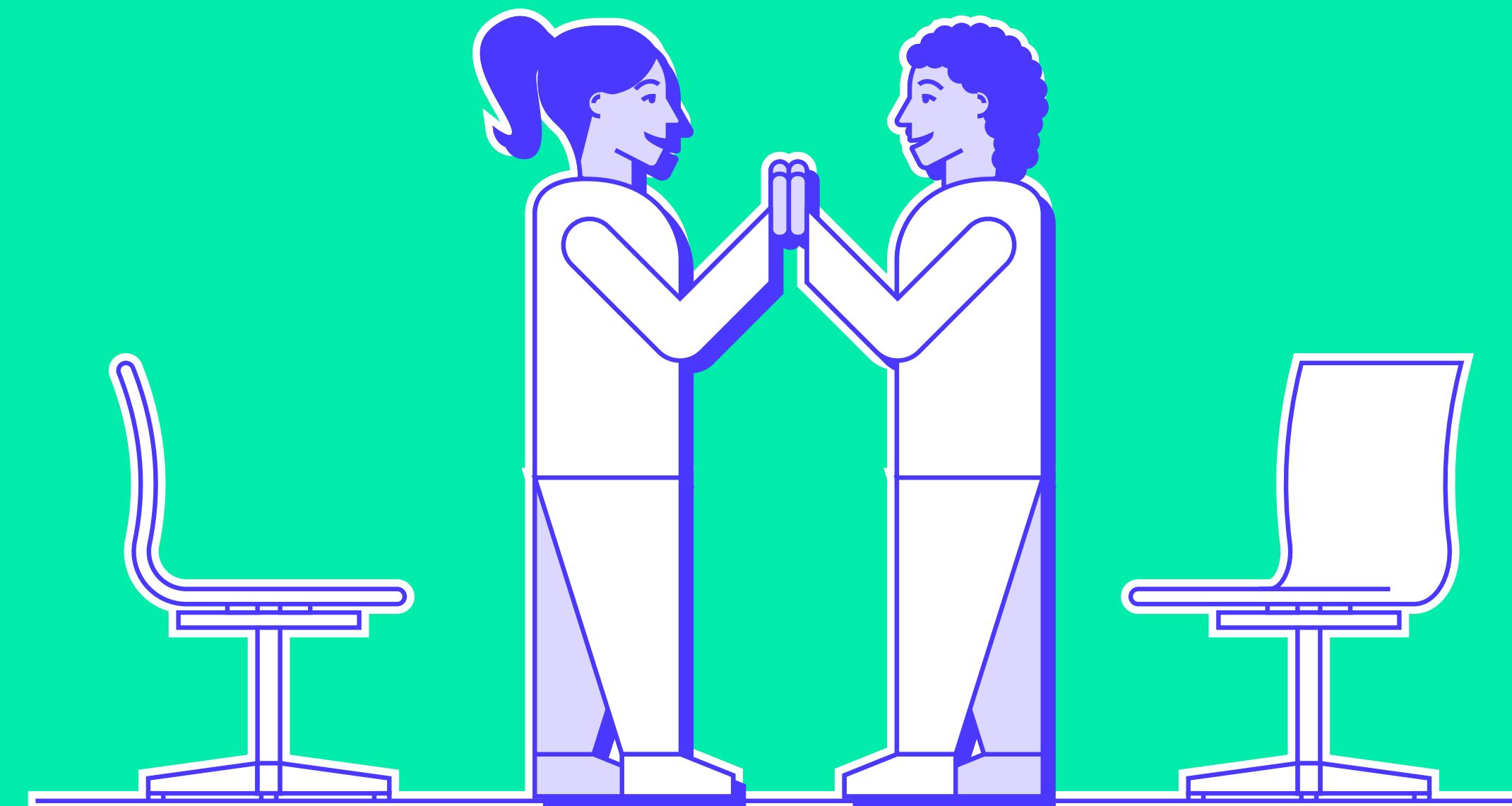
Im Berichtszeitraum konnten wir die Gehälter erneut erhöhen und haben dies auch in den Zukunftsausgaben für die nächsten Jahre geplant. Als Verbesserungspotenzial wurde im Berichtszeitraum die Reduktion der Vollzeitwochenarbeitszeit von 40 Stunden diskutiert – 2025 haben wir dies mit einer Reduktion auf 38 Stunden umgesetzt.

Zudem setzen wir uns mit Chancengleichheit und den Herausforderungen von Mehrsprachigkeit auseinander, um ein sensibles und inklusives Arbeitsumfeld zu schaffen. Wir prüfen kontinuierlich neue Mitarbeiter*innen-Benefits, die eine positive Wirkung auf die Mitarbeitenden, die Unternehmenskultur oder die Gesellschaft haben.



Kund*innen und Partner*innen

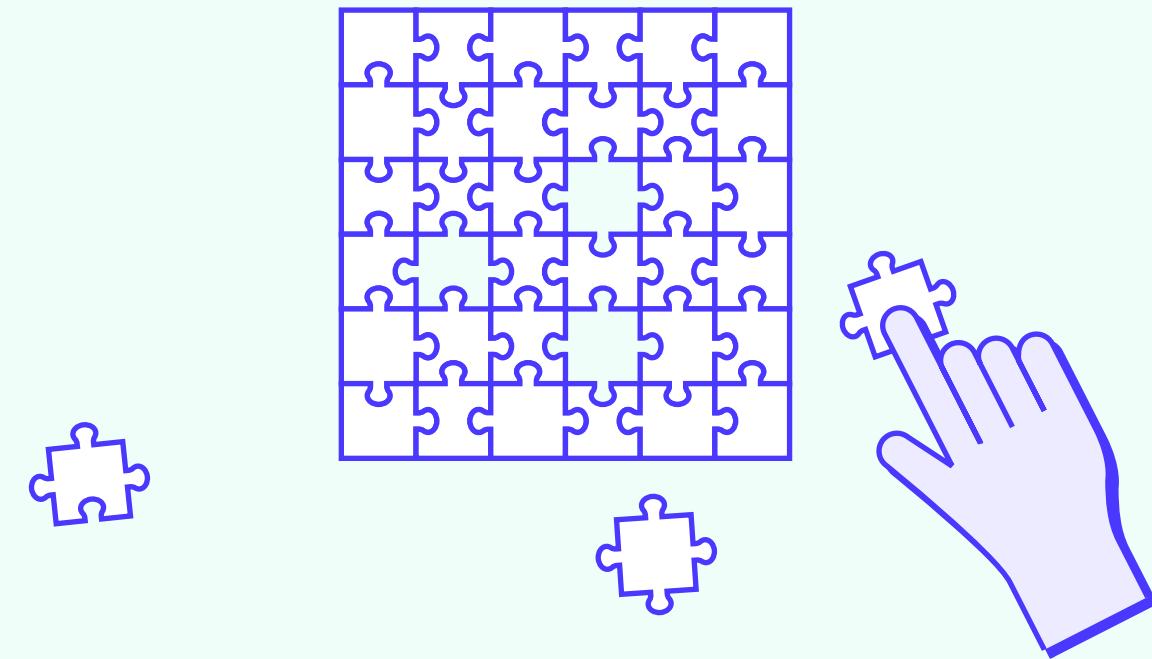
Beziehungen auf Augenhöhe, Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen, ökologische Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen



52,5%

Erfahren

Menschenwürde	60 %
Solidarität und Gerechtigkeit	30 %
Ökologische Nachhaltigkeit	70 %
Transparenz und Mitentscheidung	50 %



Ganzheitliche und individuelle Projekte

Mit Blick auf unsere Kund*innen und andere Dienstleister*innen stehen für uns vor allem Kooperation und ein gleichberechtigter Austausch im Fokus. Unsere Projekte entstehen in enger Zusammenarbeit mit unseren Kund*innen – von der ersten Idee bis zur fertigen Website oder Anwendung. Wir verbinden Beratung, Design, Entwicklung und Content und passen unsere Arbeitsweise an die jeweiligen Bedürfnisse an. Dabei steht vor allem eine ehrliche Beratung auf Augenhöhe im Mittelpunkt. Um besser zu verstehen, wie unsere Arbeit ankommt, führen wir alle zwei Jahre eine Umfrage unter unseren Kund*innen durch. 2023 haben 70 % der Unternehmen teilgenommen und uns unter anderem folgendes Feedback gegeben:

- Alle Teilnehmenden würden uns weiterempfehlen.
- 97 % sind zufrieden bis sehr zufrieden.

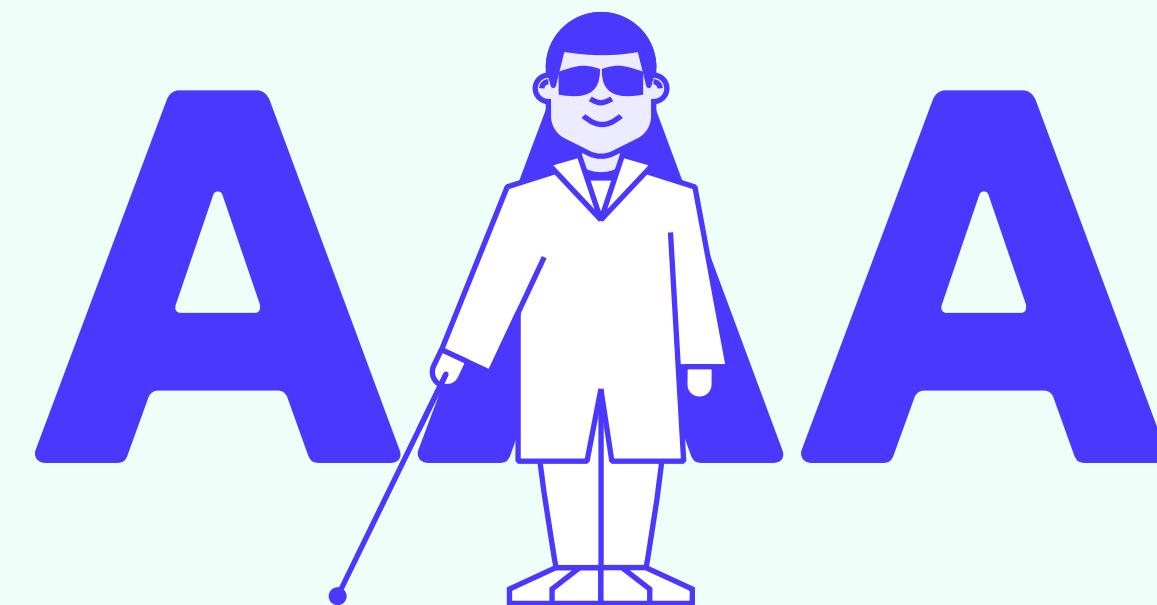
Wir freuen uns über die positiven Rückmeldungen, nutzen sie aber vor allem, um unsere Prozesse weiter zu reflektieren.

Accessibility – Zugang für alle

Barrierefreiheit ist ein Thema, das uns zunehmend begleitet – sowohl in unseren Projekten als auch in der Gesellschaft. Daher setzen wir uns innerhalb unserer Branche für verstärkten Austausch zum Thema Accessibility ein und geben Workshops, zum Beispiel in Kooperation mit dem BNW. Außerdem bieten wir einen kostenlosen Schnellcheck und Tipps auf unserer Website zum Thema Barrierefreiheit der eigenen Website an.

Im aktuellen Bilanzzeitraum haben zwei Kolleg*innen Weiterbildungen zum Thema Digitale Barrierefreiheit abgeschlossen. Das hilft uns, das Thema noch konsequenter mitzudenken und in Beratung und Entwicklung einzubeziehen.

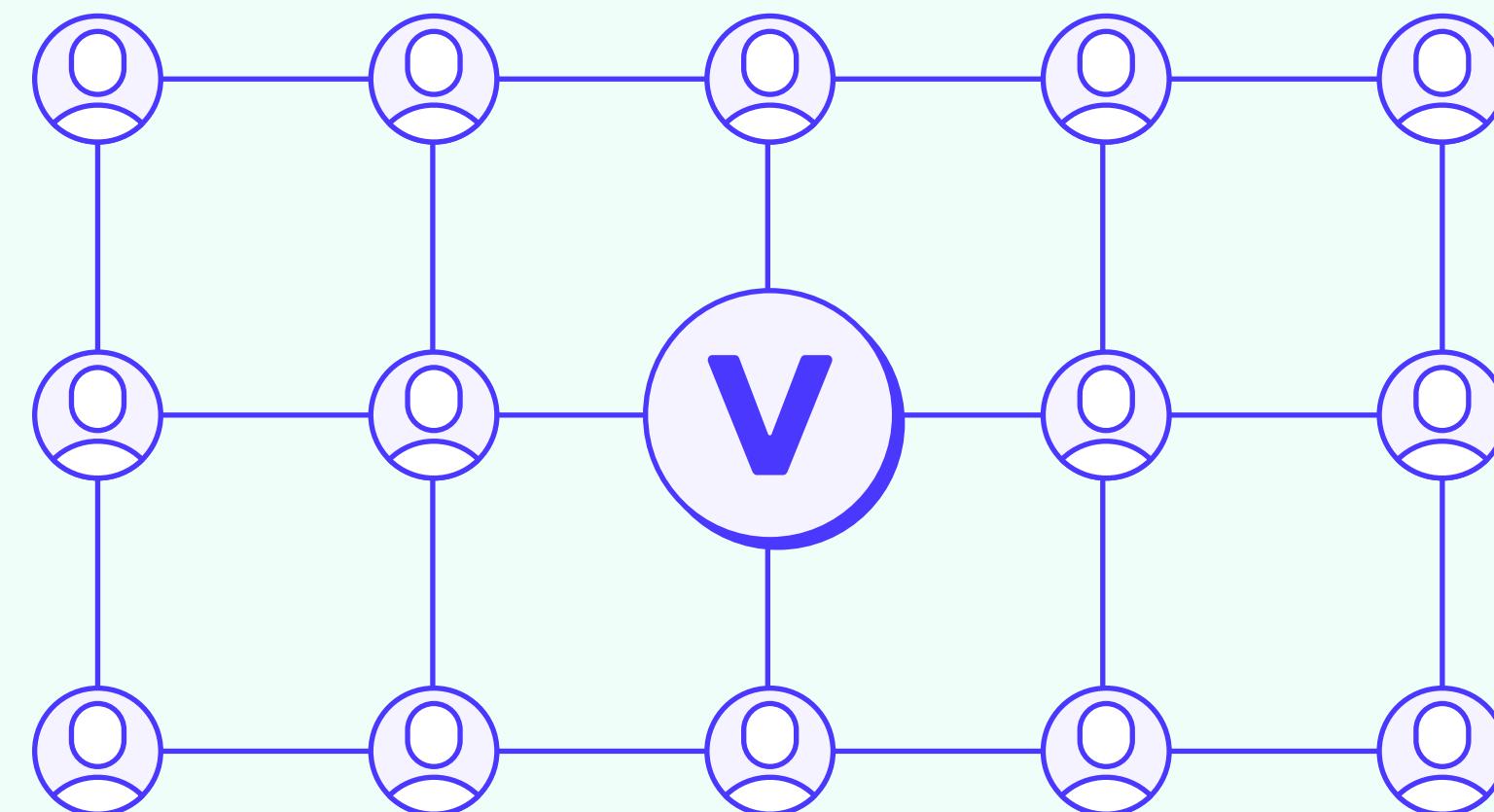
Ebenso wichtig ist uns, dass alle Zugang zu digitalen Lösungen haben. Deshalb setzen wir jedes Jahr Pro-Bono-Projekte um – am liebsten für Vereine und gemeinnützige Organisationen. Unsere eigene Vereinssoftware bieten wir derzeit zu vergünstigten Konditionen an.



Vernetzung

Ein wichtiger Teil unserer Arbeit findet außerhalb der eigenen Projekte statt. Wir beteiligen uns regelmäßig an Veranstaltungen wie der OECONOMIA, dem Barcamp Flensburg oder der nordisch.digital. Dort tauschen wir uns mit anderen Unternehmen aus und bringen unsere Perspektive ein, damit wir uns gemeinsam entwickeln.

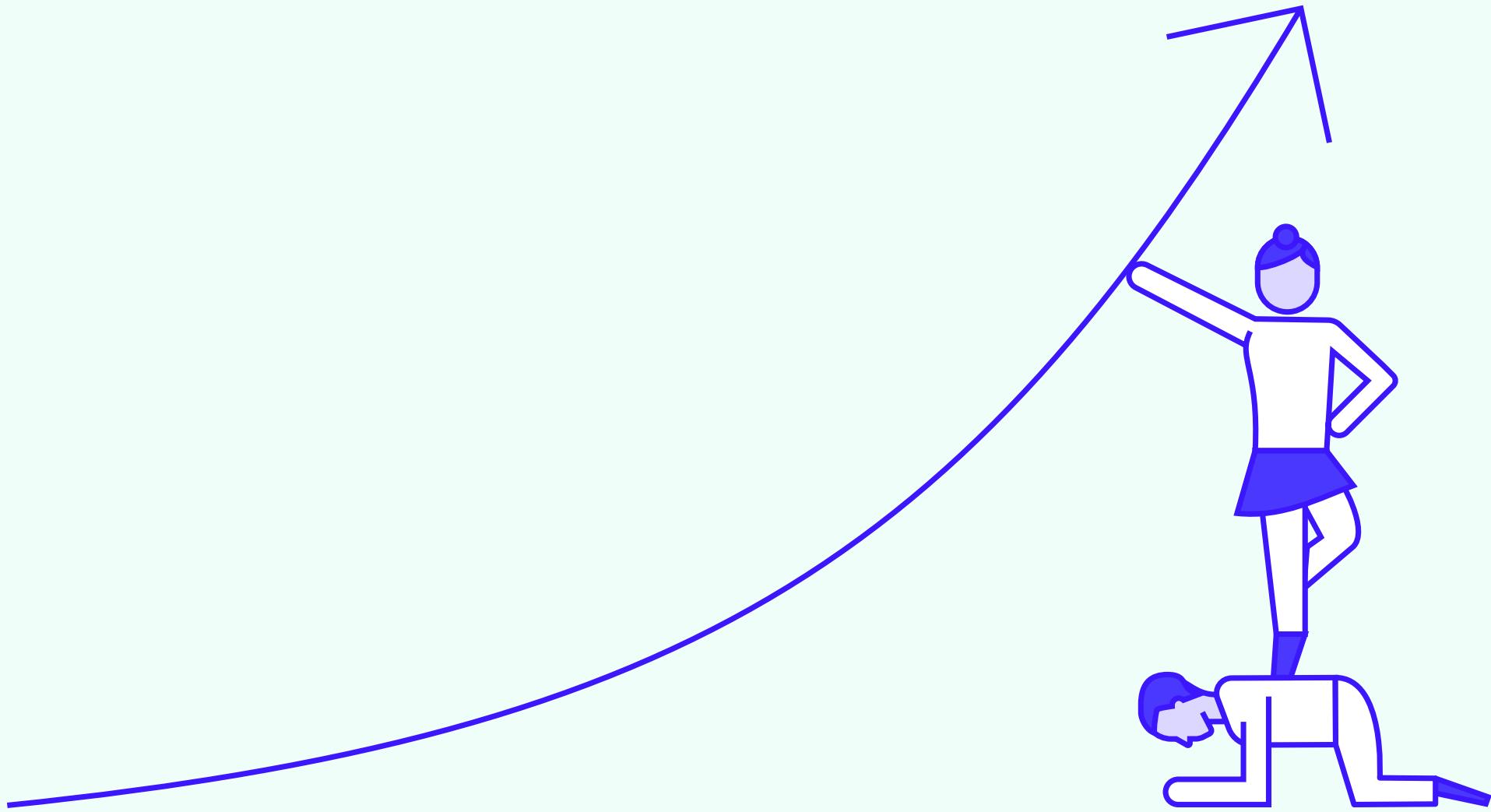
Auch regionale Kooperationen sind für uns wichtig. Mit Partner*innen aus Bereichen wie Foto und Film arbeiten wir schon lange zusammen. Im Rahmen des GWÖ-Unternehmer*innen-Stammtisches tauschen wir uns mit gemeinwohlorientierten Unternehmer*innen aus und durch unsere BNW-Mitgliedschaft sind wir bundesweit im Austausch mit anderen Unternehmen, die ähnliche Ziele verfolgen.



Verbesserungen

In den vergangenen zwei Jahren haben wir verstärkt Dienstleistungen rund um digitale Barrierefreiheit angeboten und in Kooperation mit Partner*innen auch Webinare zu dem Thema durchgeführt. In unserer Beratung und Umsetzung neuer Webanwendungen ist dies mittlerweile ein fester Bestandteil.

Wir prüfen außerdem regelmäßig die Umweltwirkungen unserer digitalen Produkte. Durch den stetigen Wandel im Web werden wir uns auch in Zukunft verstärkt mit den Auswirkungen auseinandersetzen.



Gesellschaftliches Umfeld

Beitrag zum Gemeinwesen



45%

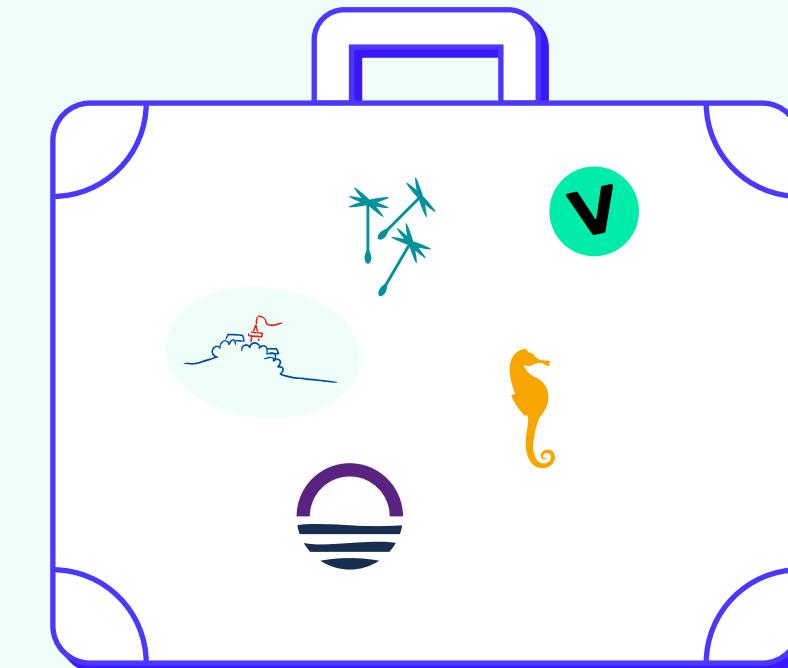
Erfahren

Menschenwürde	40 %
Solidarität und Gerechtigkeit	30 %
Ökologische Nachhaltigkeit	70 %
Transparenz und Mitentscheidung	40 %

Das große Ganze

Wir möchten nicht nur digitale Produkte anbieten, sondern auch einen positiven Beitrag zu einer Kommunikationsbranche leisten, die auf Transparenz, Ehrlichkeit und gesellschaftlichen Mehrwert basiert. Traditionell ist Werbung auf Konsum und die Gewinnmaximierung einzelner Unternehmen ausgerichtet. Deswegen ist es uns heute umso wichtiger zu zeigen, dass gesunde Werbung im Sinne verantwortungsvoller, ehrlicher und transparenter Kommunikation möglich ist.

Diesen Weg gehen wir gemeinsam mit unseren Kund*innen: Wir beraten zu klarer, nachvollziehbarer Kommunikation und entwickeln Produkte, die sowohl für Auftraggebende als auch für die Gesellschaft sinnvoll sind. So stammen beispielsweise 27% unserer Kund*innen aus dem Bildungssektor.

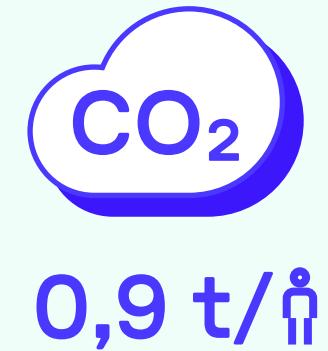


Urlaub fürs Gemeinwohl

Im Jahr 2024 haben wir erstmals Bildungsurlaub im Bereich Gemeinwohl-Ökonomie ermöglicht. Ein Schritt, der unsere gesellschaftliche Wirkung weiter stärkt. Eine Mitarbeiterin verbrachte eine Woche in der Nordsee-Akademie, um gemeinsam mit Teilnehmenden aus ganz Deutschland zu Fragen des Gemeinwohls, der Transformation und nachhaltiger Unternehmensführung zu arbeiten. Einige der Teilnehmenden sind danach selbst Mitglied in der Gemeinwohl-Ökonomie geworden oder planen eine eigene Bilanzierung. Unser Engagement führen wir fort: Der folgende Bildungsurlaub hat im November 2025 stattgefunden und für 2026 ist bereits ein weiterer geplant.

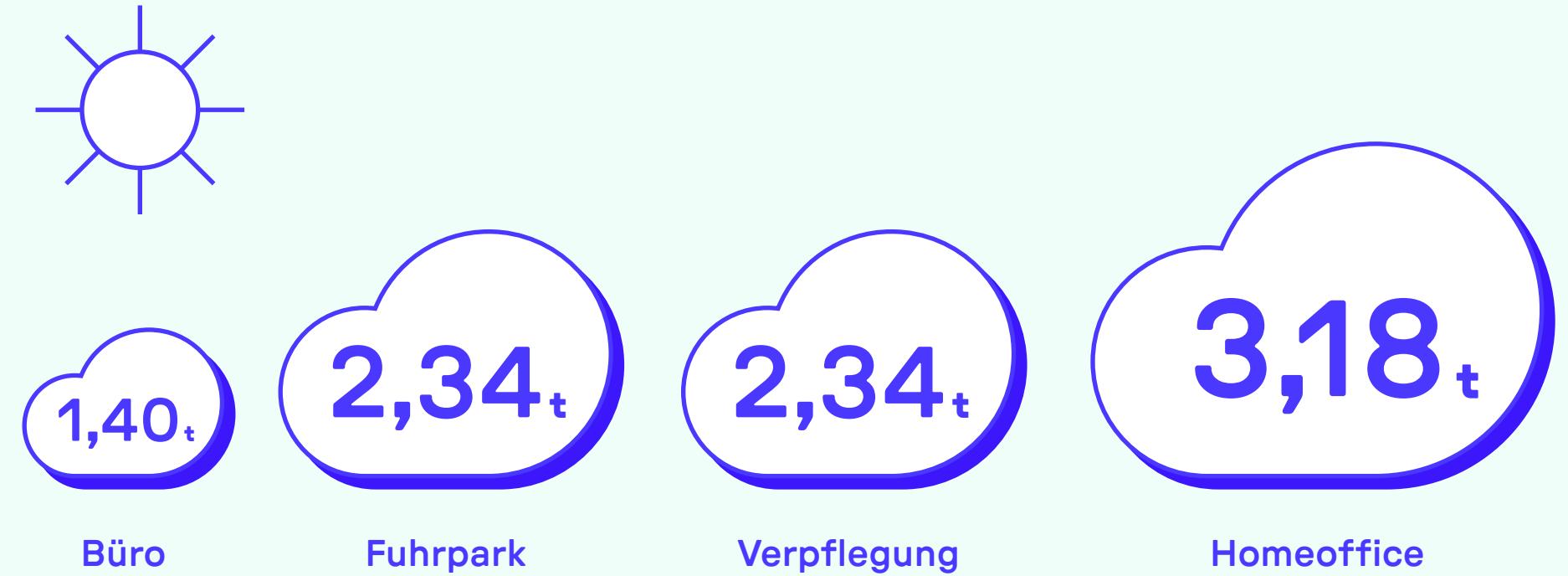
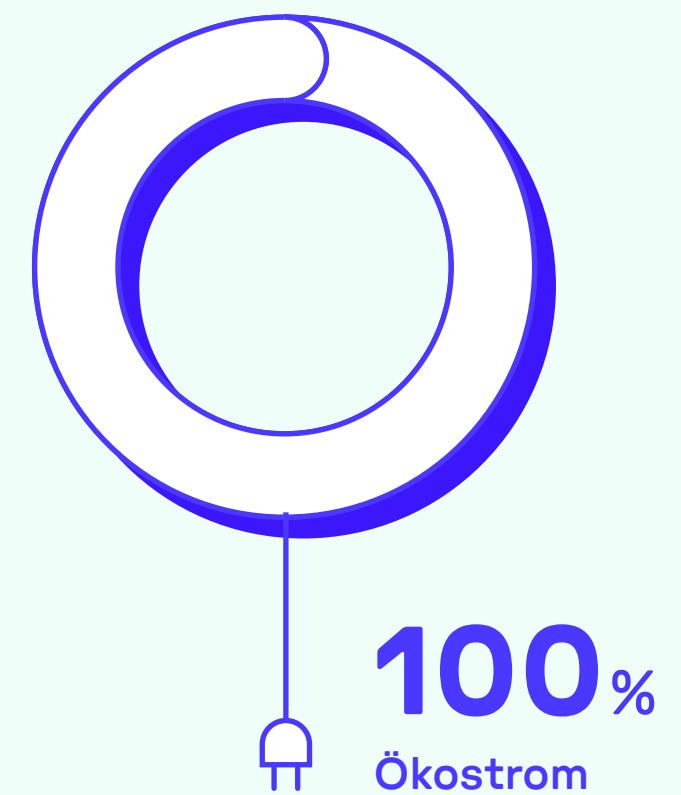
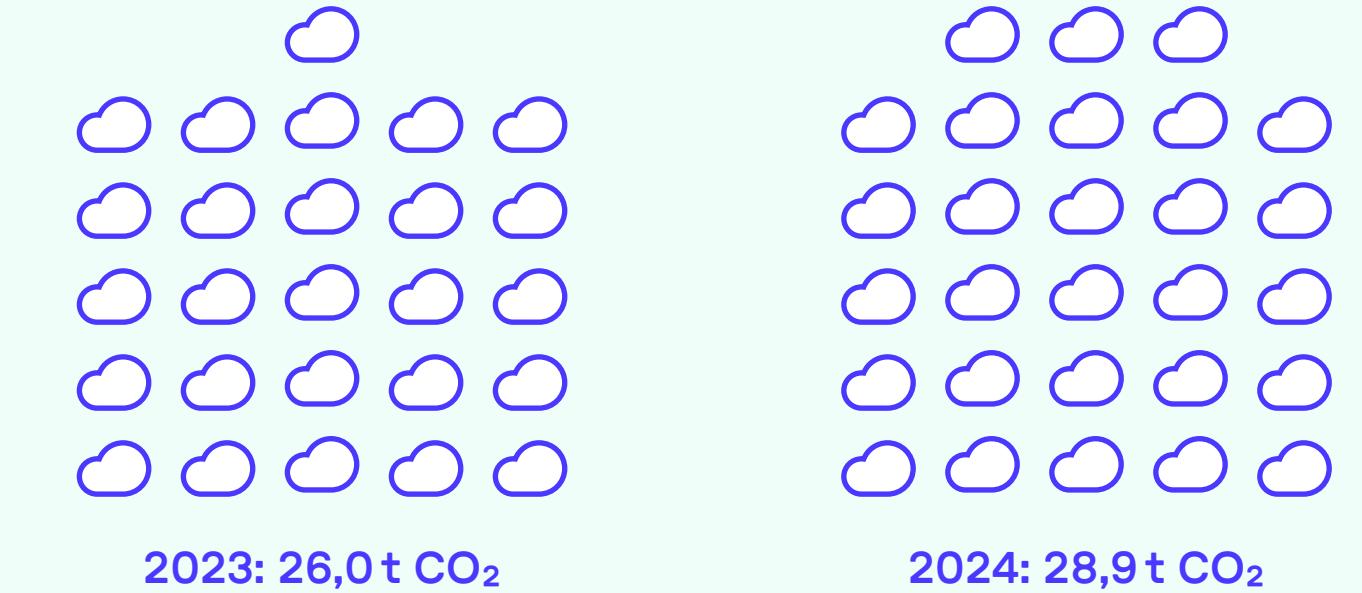
Unsere Spuren

Um ein realistisches Bild unserer eigenen Umweltauswirkungen zu erhalten, erfassen wir jährlich unseren CO₂-Fußabdruck und veröffentlichen die Ergebnisse. Für uns gehört transparente Klimabilanzierung zu einer verantwortungsbewussten Unternehmensführung. Im Jahr 2024 lag unser gesamter ökologischer Fußabdruck bei 28,9 Tonnen CO₂ (2023: 26 Tonnen). Das entspricht 0,9 Tonnen CO₂ pro Mitarbeitendem.



0,9 t/‰

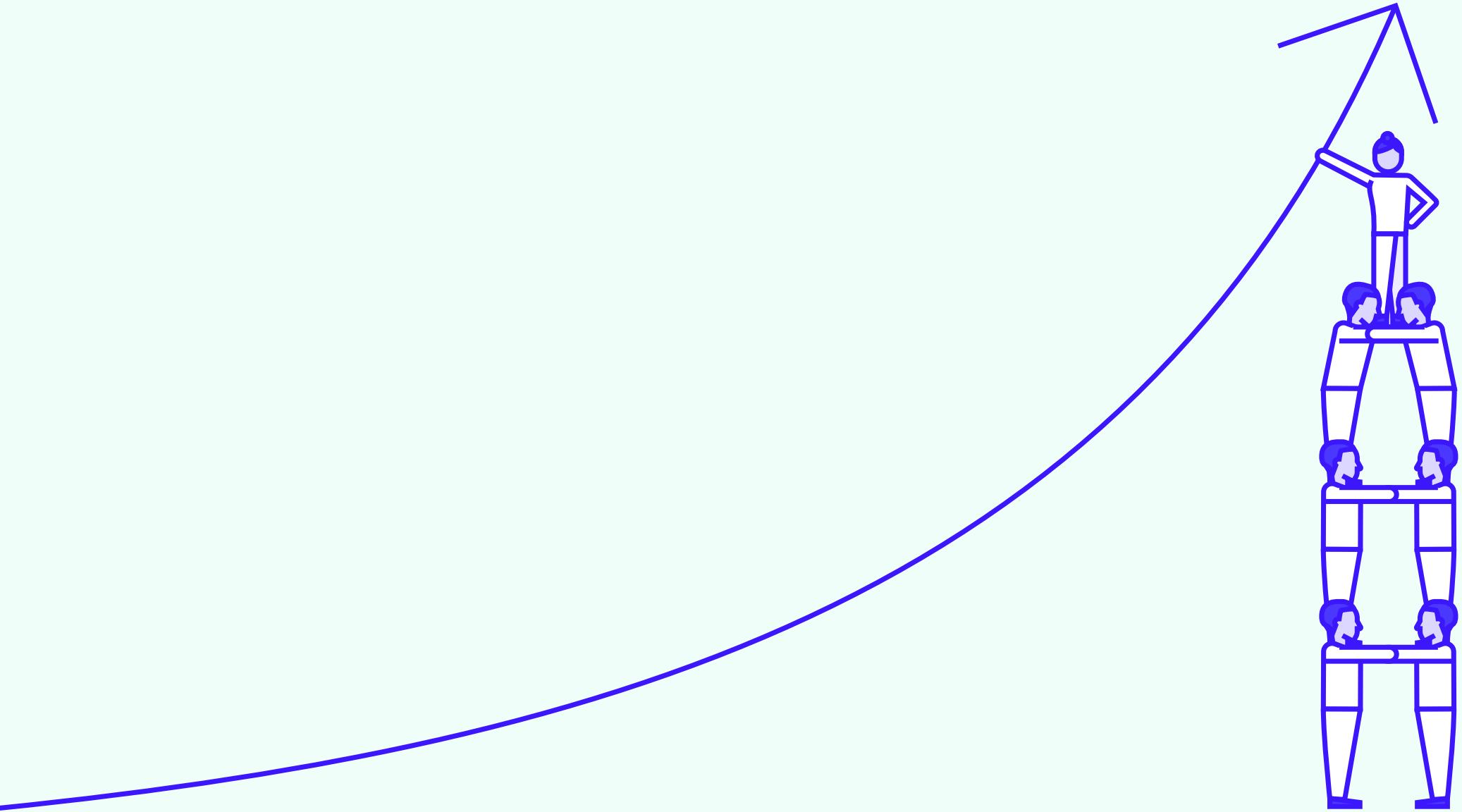
Um im Einklang mit den globalen Klimazielen (1,5° C-Ziel) sollte eine mitarbeitende Person in Deutschland weniger als 1 Tonne CO₂ verbrauchen.



Verbesserungen

Seit der jüngsten Bilanzierung haben wir unser Engagement im Bereich Gemeinwohl und Nachhaltigkeit weiter ausgebaut. Wir haben erstmals einen Bildungsurlauf zur Gemeinwohl-Ökonomie durchgeführt und unser Dienstleistungsangebot um eine Beratung zu Gemeinwohl- und Nachhaltigkeitsthemen ergänzt.

Darüber hinaus teilen wir unser Wissen zunehmend über unsere digitalen Kanäle – unter anderem durch Beiträge zu Gemeinwohl, Barrierefreiheit und verwandten Themen. Diese Maßnahmen helfen uns dabei, unsere Kund*innen noch besser zu unterstützen und unsere eigene gemeinwohlorientierte Ausrichtung kontinuierlich weiterzuentwickeln.



Zu guter Letzt

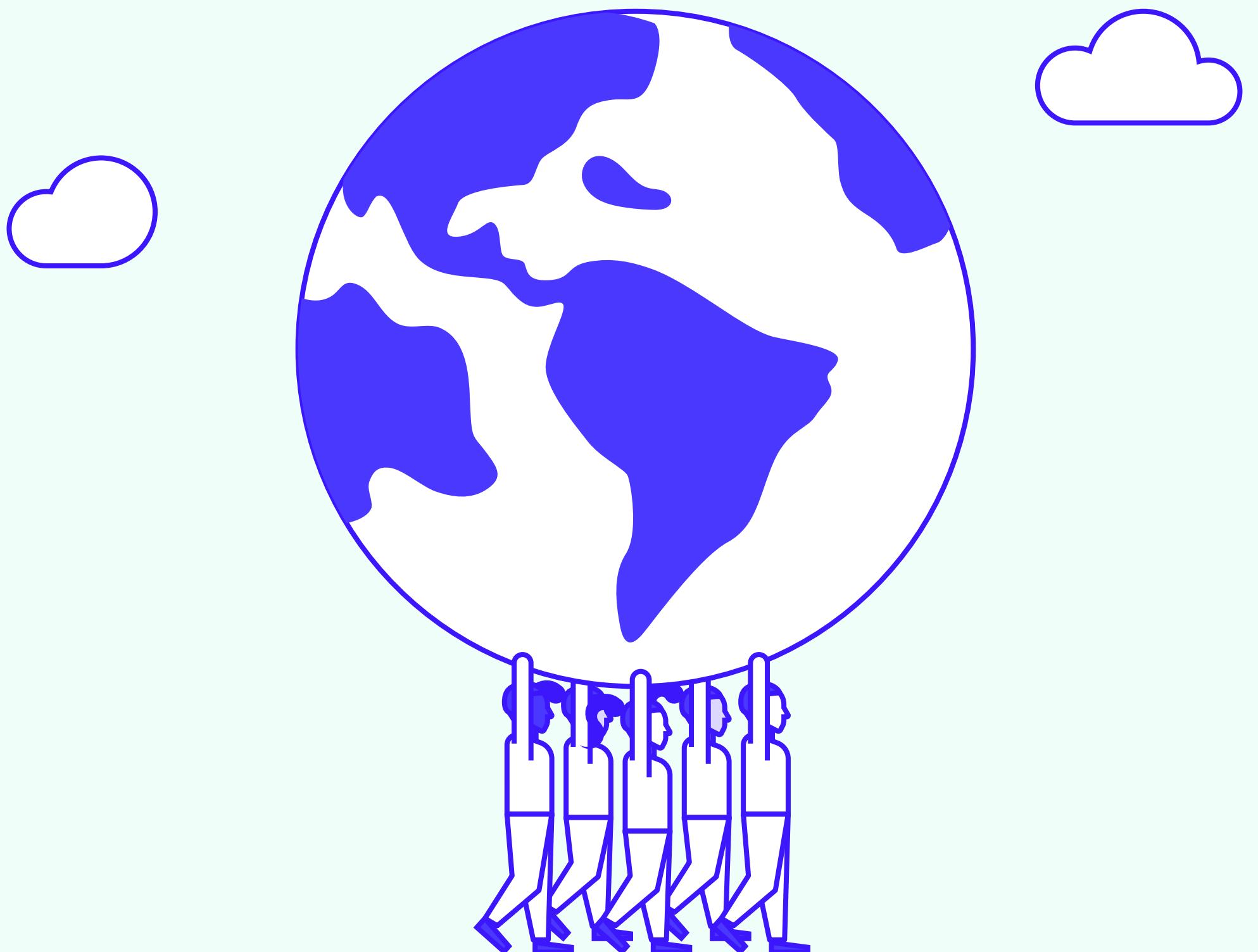
Wie geht es weiter? Wir werden identifizierte Verbesserungspotenziale umsetzen und weitere Entwicklungen anstoßen.

Kurzfristig möchten wir erreichen, dass sich die neue Führungsstruktur durch Erweiterung der Geschäftsführung etabliert. Durch diese Erweiterung erhoffen wir uns neue gewinnbringende Impulse und Perspektiven in Bezug auf Themen wie Nachhaltigkeit und zukunftssicheres Wirtschaften sowie die Zufriedenheit der Mitarbeitenden.

Die Zukunft im Blick

Langfristig streben wir eine neue Bürolösung an. Nachdem der geplante Umzug ins Hafen-Ost-Gebiet in Flensburg nicht realisiert werden konnte, prüfen wir weiterhin alternative räumliche Optionen. Gleichzeitig denken wir an die Etablierung neuer Standorte und die Möglichkeit der Arbeit in Co-Working-Spaces als Ergänzung zu „Remote-Arbeitsplätzen“, die seit 2025 bereits in Dortmund etabliert wurden. Ziel ist eine zukunftsorientierte Organisation mit individuell passenden Arbeitsumgebungen für unsere Mitarbeitenden.

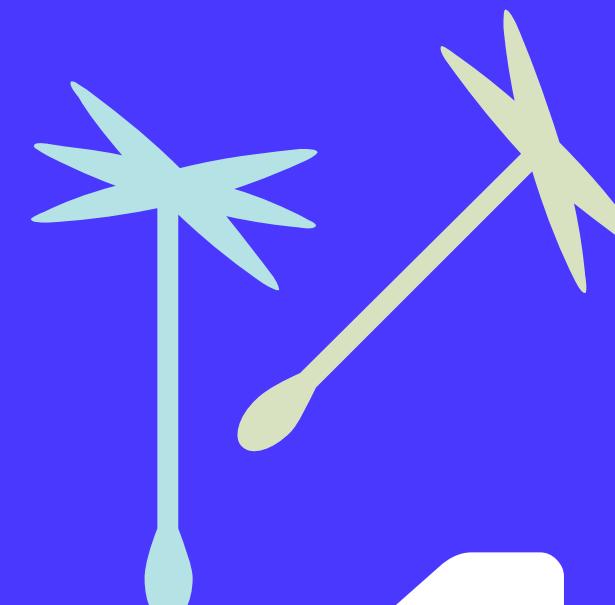
Die Beteiligung der Mitarbeitenden am Unternehmen ist ebenfalls ein Punkt, an dem wir weiterarbeiten möchten. In welcher Form dies umgesetzt werden kann, ist heute noch unklar. Wir möchten aber die Möglichkeit von Verantwortungseigentum in Betracht ziehen und stehen hierzu im Austausch mit Unternehmen, die dies bereits umgesetzt haben.



GWÖ Report 3

Testat

521



405 | 476
2018/19 | 2020/21

ECOn GOOD

Testat gültig bis
30.11.2027

ZertifikatsID
ht6tp

TESTAT
Externes Audit

Gemeinwohl Bilanz
Nordergraben 70, DE 24937 Flensburg

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHIEDUNG
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette: 20 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette: 40 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette: 50 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette: 30 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 80 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 50 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 30 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 10 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 60 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 60 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 80 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 60 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innen beziehungen: 60 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 30 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 70 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 50 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 40 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 30 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 70 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 40 %
BILANZSUMME: 521				

Mit diesem Audit Zertifikat bestätigt der International Federation for the Economy for the Common Good e.V. das Ergebnis des ECOnGOOD Audits basierend auf der Version: M5.0 Vollbilanz
Dieses Audit wurde durchgeführt von Michael Pelzl.

Nähere Informationen zur Matrix und dem Audit-System finden Sie auf www.econgood.org

Hamburg, 19.11.2025
International Federation for the Economy for the Common Good e.V.
Stresemannstraße 23
22769 Hamburg


Gus Hagelberg
Executive Director

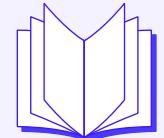

Markus Müllenschläder
Executive Director

Gemeinwohlberatung

Wissen teilen für eine bessere Wirtschaft

Wir unterstützen Sie gerne dabei, eine Unternehmenskultur zu schaffen, bei der Mensch und Natur im Zentrum stehen. Denn es gibt viele gute Gründe, um als Unternehmen oder Organisation gemeinwohlorientiert zu handeln.

- Begleitung der Erstellung einer Gemeinwohl-Bilanz
- Gemeinwohl-Kommunikation
- Ihr individuelles Paket
- Speaker*innen anfragen



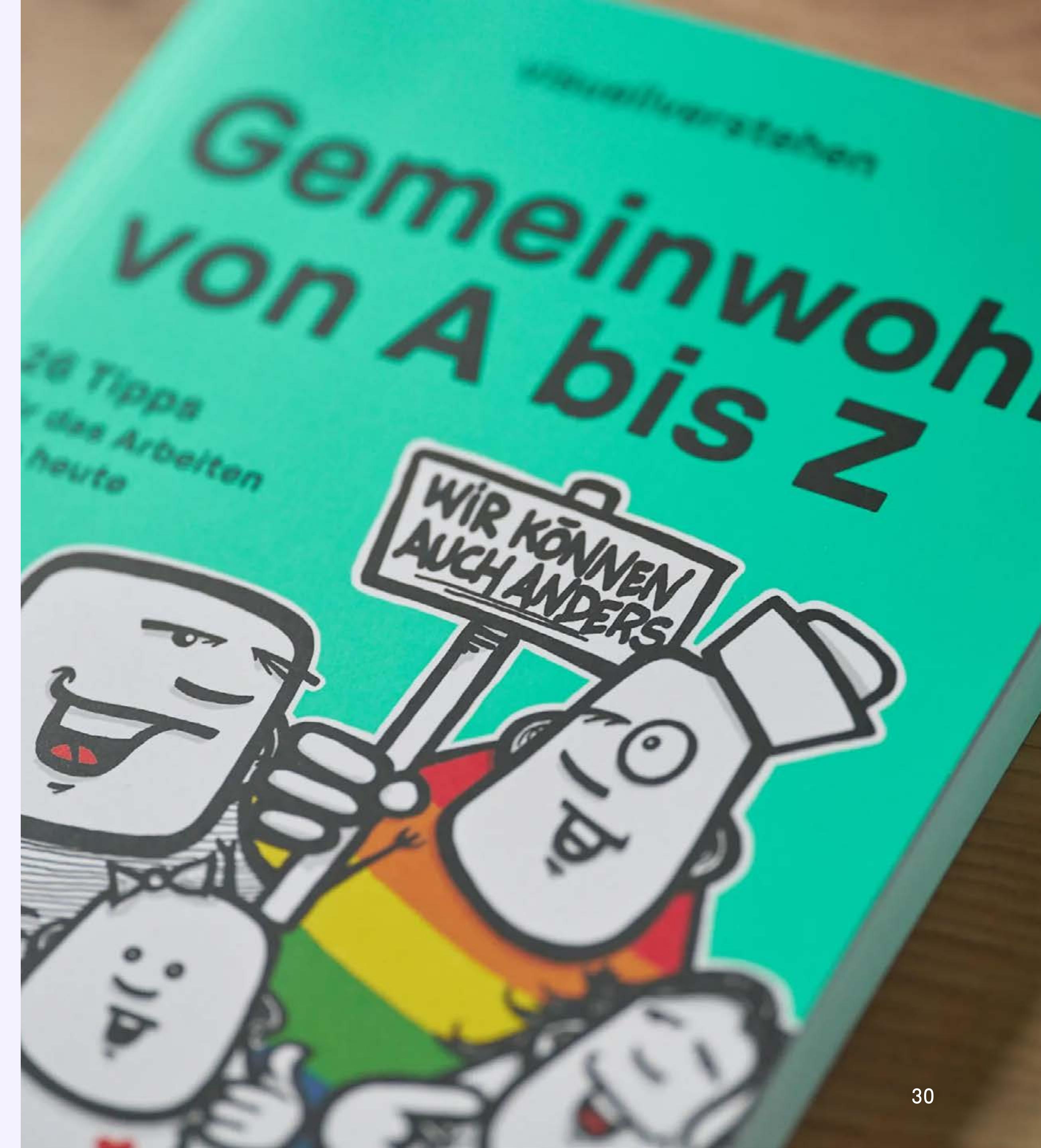
Auch interessant

Unser Buch nach Abschluss unserer zweiten Gemeinwohl-Bilanz mit 26 Tipps für das Arbeiten von heute und charakteristischen Illustrationen vom Hamburger Künstler „Rebelzer“.



Bildungsurlaub GWÖ

2026 wird vom 2.–6. November wieder unser Bildungsurlaub zur Einführung in die Gemeinwohl-Ökonomie stattfinden. Diesmal in der internationalen Bildungsstätte Jugendhof Scheersberg.



Impressum

Herausgabe visuellverstehen GmbH

Redaktion, Layout, Satz und Illustration visuellverstehen GmbH

Titelbild: Nele Engler

Für die dritte Ausgabe unseres Gemeinwohl-Magazins konnten wir die Flensburger Illustratorin und Tattoo-Künstlerin Nele Engler gewinnen. Ihre Gedanken zum Thema schmücken unseren Titel.

Der GWÖ Bericht 23/24 basiert auf den Ergebnissen, die für den Zeitraum 2023 bis 2024 in einem gemeinsamen Prozess erarbeitet wurden und stellt unsere ganz persönliche, kompakte und leser*innenfreundliche Version des Gemeinwohl-Berichtes dar.

Was uns aktuell bewegt und welche Themen uns am Herzen liegen sowie der gesamte Bericht sind natürlich auch jederzeit digital einsehbar.

visuellverstehen

Flensburg Headquarter
Nordergraben 70
24937 Flensburg

Dortmund c/o Rivvers CoWorking
Hansastraße 30
44137 Dortmund

0461 15065360
hello@visuellverstehen.de
visuellverstehen.de

