

# visuellverstehen

**Gemeinwohl-Bilanz visuellverstehen GmbH**

Berichtszeitraum 2019/2020

Erstbericht

Kompaktbilanz nach der Gemeinwohl-Matrix 5.0

**[www.visuellverstehen.de](http://www.visuellverstehen.de)**

## Inhalt

Allgemeine Informationen zum Unternehmen.....	4
Kurzpräsentation des Unternehmens.....	5
Produkte / Dienstleistungen.....	5
Das Unternehmen und Gemeinwohl.....	6
Testat.....	7
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette.....	8
A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette.....	10
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette.....	11
A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen.....	11
A3 Ökologische Nachhaltigkeit In der Zulieferkette.....	12
A3 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette...12	
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette.....	13
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln.....	14
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln.....	15
B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln.....	16
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung.....	16
B3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen.....	16
B4 Eigentum und Mitentscheidung.....	17
B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme.....	17
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz.....	18
C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen.....	21
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge.....	22
C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge.....	23
C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden.....	24
C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens..25	
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz.....	26
C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates.....	27
D1 Ethische Kund*innenbeziehung.....	28
D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen.....	29
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen.....	30
D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen.....	30
D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen.....	31
D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen.....	32
D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz.....	32
D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen.....	33
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen.....	33

E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen .....	35
E2 Beitrag zum Gemeinwesen .....	35
E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung.....	37
E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention .....	37
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen.....	38
E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen .....	38
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung .....	39
E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation .....	40
Ausblick .....	41
Kurzfristige Ziele .....	41
Langfristige Ziele.....	41
EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Eu COM 2013/207)	42
Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz.....	43

## Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname: visuellverstehen GmbH

Rechtsform: GmbH

Eigentumsform: Eigentümer Malte Riechmann, Sören Riechmann

Website: [www.visuellverstehen.de](http://www.visuellverstehen.de)

Branche: Digital- und Werbeagentur

Firmensitz: Flensburg

Gesamtanzahl der Mitarbeitenden: 2020: 23 / 2019: 17

Vollzeitäquivalente: 2020: 19,23 / 2019: 14,2

Saison- oder Zeitarbeitende: 0

Umsatz: 2020: 1.757.610,84 € / 2019: 1.539.081,68 €

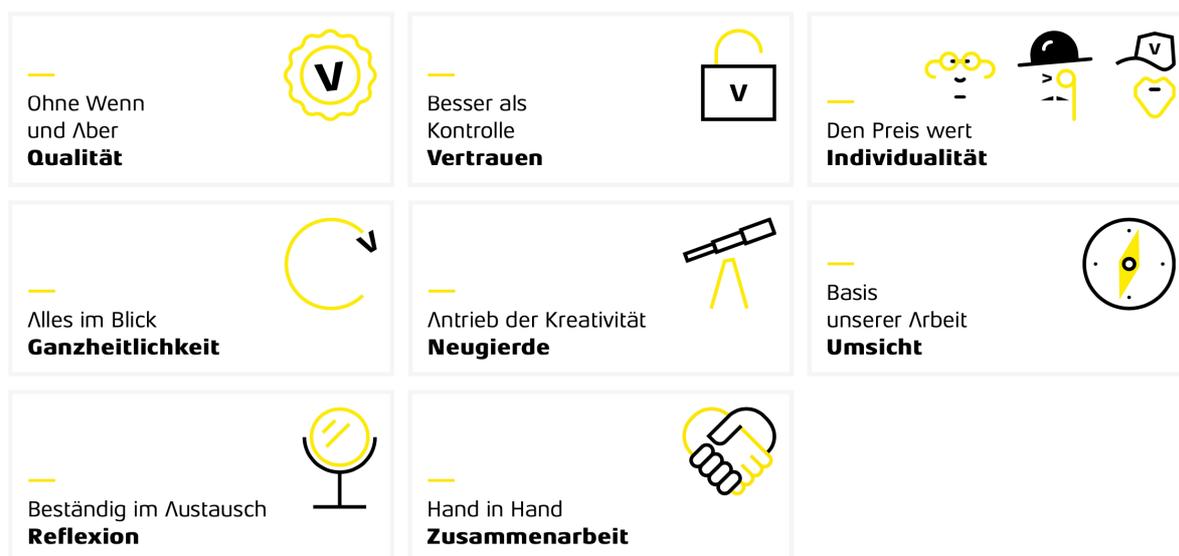
Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen: 0

Berichtszeitraum: 2019/2020

## Kurzpräsentation des Unternehmens

Die Digital- und Werbeagentur visuellverstehen wurde 2012 von den Brüdern Sören Riechmann und Malte Riechmann in Flensburg gegründet und ist in den letzten acht Jahren kontinuierlich gewachsen. Das 23-köpfige Team bietet kreative Lösungen für alle Bereiche der Unternehmenskommunikation an. Dazu zählen unter anderem digitale Produktentwicklung, Markenbegleitung und Kommunikation. Wir sind eine wertebasierte, interdisziplinär aufgestellte Agentur, die mit nachhaltigen Entscheidungen, gemeinschaftlichem Enthusiasmus und bedingungslosem Qualitätsstreben Menschen begeistert und inspiriert. Wir legen großen Wert auf ein heterogenes Team, das homogen zusammenarbeitet. Wir schätzen und respektieren die Kompetenzen, Fähigkeiten und Meinungen des Gegenübers, damit wir gemeinsam die besten Ergebnisse erzielen. Unser Ziel ist es nachhaltig erfüllende und erfolgreiche Projekte zu konzipieren und zu betreuen.

### Unsere Werte



## Produkte / Dienstleistungen

An der Schnittstelle von Kommunikation, Marketing und digitaler Produktentwicklung bietet visuellverstehen innovative Lösungen und individuelle Konzepte für alle Bereiche der Unternehmenskommunikation. Wir beraten und begleiten unsere Kund\*innen umfassend und nachhaltig. Unser Leistungsspektrum reicht von Webanwendungen und Website-Entwicklung über Editorial Design und Content-Kreation bis hin zu Branding und SEO-Analysen und -Beratung (Beispiele: <https://www.visuellverstehen.de/referenzen>).

## Das Unternehmen und Gemeinwohl

Zweimal im Jahr veranstalten wir einen internen Barcamp zu dem teilweise auch Externe eingeladen werden. 2019 hat eine Vertreterin der Regionalgruppe Nord das Konzept der Gemeinwohl-Ökonomie vorgestellt. Wir hatten schon vorher davon gehört, doch der Vortrag hat den Ausschlag für uns gegeben, uns an die Erstellung einer eigenen Bilanz zu wagen.

Wir sind, wie oben beschrieben, ein wertebasiertes Unternehmen. Seit unserer Gründungstage setzen wir uns für ökologische Nachhaltigkeit, soziale Wertschätzung und eine Arbeitsumgebung ein, die auf Vertrauen und Kommunikation beruht. Wir arbeiten mit allen Kund\*innen individuell auf Augenhöhe und legen die höchsten Qualitätsstandards an unsere Arbeit an. Unser Handeln fußt auf nachhaltigen Entscheidungen sowohl im ökologischen Sinne als auch in gesellschaftlichen und ökonomischen Bereichen. Wir tun alles dafür, dass sich unsere Mitarbeitenden wohl bei uns fühlen, und pflegen eine offene und ehrliche Feedback-Kultur.

Für uns ist die Gemeinwohl-Bilanzierung ein Blick von außen auf unsere bestehenden Strukturen. Während des Prozesses setzen wir uns intensiv damit auseinander, wie soziale Wertschätzung, ökologische Nachhaltigkeit und das Gemeinwohl als solches bei uns gelebt werden. Dadurch sollen Potenziale aufgedeckt werden und Veränderungen angestoßen werden. Wir möchten uns durch die Bilanzierung noch stärker am Gemeinwohl beteiligen und unser Handeln noch bewusster auf Nachhaltigkeit und Suffizienz ausrichten.

Das erste Flensburger Unternehmen hat sich 2020 bilanzieren lassen. Außerdem gibt es noch einige weitere Unternehmen und drei Gemeinden im Norden von Schleswig-Holstein, die ihre Gemeinwohl-Bilanzierung erstellt haben. Wir möchten uns anschließen und durch unsere eigene Bilanzierung das Thema Gemeinwohl-Ökonomie im Norden stärker voranbringen. Dazu begleiten wir unsere Bilanzierung öffentlich auf unserem Blog, um so alle in den Prozess miteinzuschließen. Unser Ziel ist es, als Unternehmen soziale und gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen und vorzuleben und uns stetig weiterzuentwickeln und zu verbessern.

Geschäftsführer: Malte Riechmann, Sören Riechmann  
visuellverstehen GmbH  
Nordergraben 70  
24937 Flensburg  
0461 15065360

Ansprechpartnerin für die Gemeinwohl-Bilanz: Levke Schacht  
[levke.schacht@visuellverstehen.de](mailto:levke.schacht@visuellverstehen.de)

# Testat



Bilanzierendes Unternehmen mit externem Audit

<b>Testat:</b>	<b>Externes Audit</b>	<b>Gemeinwohl-Bilanz</b>	<b>visuellverstehen GmbH</b>
----------------	-----------------------	--------------------------	------------------------------

**M5.0  
Kompaktbilanz**

**2019-2020**

Auditor\*In:  
**Nils Wittke**

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
<b>Berührungsgruppe</b>				
<b>A: LIEFERANT*INNEN</b>	A1 Menschenwürde in der Lieferkette:  10 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette:  20 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette:  50 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette:  20 %
<b>B: EIGENTÜMER*INNEN &amp; FINANZ-PARTNER*INNEN</b>	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln:  70 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln:  80 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung:  . / .	B4 Eigentum und Mitentscheidung:  10 %
<b>C: MITARBEITENDE</b>	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz:  40 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge:  40 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden:  60 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz:  70 %
<b>D: KUND*INNEN &amp; MITUNTERNEHMEN</b>	D1 Ethische Kund*innen beziehungun:  20 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen:  20 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen:  0 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz:  30 %
<b>E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD</b>	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen:  10 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen:  70 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen:  0 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung:  30 %

Testat gültig bis:  
**31. March 2023**

**BILANZSUMME:**  
**405**

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0.  
TestatID: **8r7z6**  
Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf [www.ecogood.org](http://www.ecogood.org)

## A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Als Digital- und Werbeagentur beziehen wir nur Produkte und Dienstleistungen, die wir für unsere tägliche Arbeit benötigen. Wir haben keine eigene Produktion und stellen keine physischen Produkte her. Unsere Hauptlieferant\*innen sind im Folgenden aufgelistet:

2020:

Nr.	Produkt/Dienstleistung	Ausgaben in EUR	Ausgaben in %
1	Miete	62.832	27,8
2	Druckkosten	20.253	9,0
3	Lokale Mediendienstleistungen (Film, Foto)	19.096	8,5
4	Lokale Steuerberatung	17.078	7,6
5	Software as a service	14.211	6,3
6	Lokale Werbetechnik und Werbedienstleistungen	12.075	5,3
7	Web-Hosting	7.396	3,3
8	Werbeartikel	6.339	2,8
9	Bürobedarf (lokal)	5.025	2,2
10	Andere	61.471	27,2
	<b>Gesamt</b>	<b>225.777</b>	

2019:

Nr.	Produkt/Dienstleistung	Ausgaben in EUR	Ausgaben in %
1	Miete	62.832	20,4
2	Druckkosten	55.531	18,0
3	Lokale Mediendienstleistungen (Film, Foto)	30.045	9,7
4	Amazon-Bestellungen	20.178	6,5
5	Lokale Print-, Design- und Werbedienstleistungen	16.185	5,2
6	Steuerberatung	13.196	4,3
7	Web-Hosting	10.498	3,4
8	Hardware	7.816	2,5
9	Software as a service	6.796	2,2
10	Andere	85.668	27,7
	<b>Gesamt</b>	<b>308.745</b>	

Die Listen beinhalten alle Ausgaben von visuellverstehen bis auf die Gehälter der Mitarbeitenden. Hauptgrund für die geringeren Ausgaben im Jahr 2020 im Vergleich zum Vorjahr sind die Auswirkungen der Corona-Pandemie. Aufgrund von Homeoffice fielen beispielsweise Ausgaben im Büro und für Firmenevents weg. Und auch die Kund\*innenaufträge haben sich verändert, sodass deutlich weniger Printleistungen gefragt waren.

Derzeit gibt es keine niedergeschriebenen Einkaufsrichtlinien. Grund hierfür ist unsere noch recht kleine Unternehmensgröße mit 23 Mitarbeitenden. Wir haben stattdessen fest verankerte ethische, soziale und ökologische Basiswerte für unser Arbeitsleben definiert, die sich auch in unserem Beschaffungsmanagement widerspiegeln. Wir wählen unsere Hauptlieferant\*innen nach diesen Grundsätzen aus. Bei Beschaffung von benötigten Produkten und Dienstleistungen wird vorab ermittelt, ob diese in der Region erhältlich sind. Regional bedeutet bei uns dabei, dass die Lieferant\*innen oder auch Kund\*innen aus Flensburg und der näheren Region mit einem Radius von etwa 40 bis maximal 50 km stammen. Lokal definieren wir alles, was direkt in Flensburg (+ 3km) verortet ist. Zusätzlich achten alle Mitarbeitenden bei der Auswahl von Lieferant\*innen, Produkten oder Dienstleistungen darauf, dass die Werte von diesen aus unserer Sicht vertretbar sind. Generell pflegen wir langjährige Lieferant\*innen-Beziehungen und arbeiten insbesondere mit Unternehmen und Dienstleister\*innen aus Deutschland zusammen, wobei wir davon ausgehen, dass hier faire Arbeitsbedingungen gelten. Der Anteil der Ausgaben, den wir für Lieferant\*innen aus der Region um unseren Standort ausgeben, liegt 2020 bei 67 %. Nach Deutschland fließen mehr als 90 % unserer Ausgaben.

1. Miete: Unser Vermieter ist gleichzeitig unser Steuerberater und wohnt privat in demselben Gebäude, in welchem sich unsere Büros befinden. Die Zusammenarbeit ist vertrauensvoll und offen. Unser Vermieter zählt zusätzlich zu einem unserer Kund\*innen. Wir sind also in einer Beziehung, in welcher wir beidseitig sowohl Kund\*innen als auch Lieferant\*innen sind, auf die Fähigkeiten und Kompetenzen des jeweils anderen vertrauen und gegenseitig voneinander profitieren.

2. Druckkosten: Insgesamt haben wir 2020 knapp über die Hälfte der Druckaufträge (51 %) von einem lokalen Druckhaus bezogen, welches viel Wert auf eine gute Arbeitskultur legt und FSC und ClimatePartner zertifiziert ist. 76 % der Druckaufträge haben FSC-, PEFC- und ClimatePartner-Zertifikate.

3. Lokale Mediendienstleistungen: Für unser Fotomaterial arbeiten wir mit einem ortsansässigen, selbstständigen Fotografen zusammen. Filmmaterial wird in Zusammenarbeit mit einem Kleinstunternehmen, welches ebenfalls aus der Region stammt,

produziert. Insgesamt ist das Verhältnis hier auf Augenhöhe und durch einen großen Grad an Kommunikation geprägt.

Bei unserer Hardware achten wir auf Langlebigkeit, Upgradefähigkeit, Zuverlässigkeit und eine entsprechende Leistungsfähigkeit. Wir arbeiten hauptsächlich mit Apple-Geräte, die nach der Bewertung von Greenpeace auf dem 2. Platz liegen (<https://bit.ly/2UV4Jr4>). Wir nutzen diese Geräte über einen langen Zeitraum. Einige wurden vor der Gründungszeit gekauft und sind noch immer im Einsatz. Sollten Geräte aussortiert werden müssen, werden diese beispielsweise an Schulen gespendet.

Wir nutzen TÜV-zertifiziertes Webhosting, welches mit Servern arbeitet, die in Deutschland und in Finnland stationiert sind. Wir haben uns bewusst dafür entschieden, um auch hier sicherzustellen, dass die Menschenwürde am Arbeitsplatz gewährt ist.

Im Jahr 2019 sind 6,5 % unserer Ausgaben an Bestellungen über Amazon geflossen. In 2020 reduzierte sich der Anteil an Ausgaben auf 1,2 %, was 1.984 € entspricht. Seit September 2020 sind Einkäufe über die Plattform Amazon vollständig eingestellt.

**Bewertung: 3 Punkte**

## A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Kritisch zu betrachten ist hier zum Einen unser Bezug von EDV-Geräten und zum Anderen Einkäufe, die über Internetplattformen wie z.B. Amazon bezogen werden.

Bisher konnten wir für unsere Hardware keine Produkte mit anspruchsvollen Labels finden, die unseren Zwecken genügen. Mit Apple gehen wir hier jedoch einen guten Kompromiss ein.

Wie bereits berichtet, ist der Anteil unserer Ausgaben an die Plattform Amazon im Jahr 2020 mit 1,2 % marginal. Zudem werden in Zukunft bei uns keine Einkäufe mehr über diese Plattform getätigt.

Nach unserem Wissensstand wird die Menschenwürde in unserer Zuliefererkette nicht verletzt. Produkte oder Dienstleistungen, bei denen ein Risiko bestehen könnte, beziehen wir in einem äußerst marginalen Umfang, sodass hier keine Negativpunkte berechnet werden.

**Bewertung: Keine Abzüge**

## A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Mit vielen unserer Lieferant\*innen arbeiten wir seit unserer Gründung vor acht Jahren zusammen. Eine direkte Kommunikation über Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette gab es mit unseren Lieferant\*innen bisher nicht. Grundsätzlich achten wir dennoch auf gute Geschäftsbeziehungen und eine faire Gestaltung von Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen. Bisher haben wir hierzu ausschließlich positives Feedback erhalten. Zahlungsziele und -bedingungen werden im Dialog verhandelt und stets eingehalten.

Wir arbeiten sehr viel mit Lieferant\*innen und Dienstleister\*innen aus dem regionalen Umfeld zusammen. Hier wird großen Wert auf eine gute Kommunikation und eine faire Zusammenarbeit gelegt. Dialog, regelmäßiges Feedback, eine gerechte Bezahlung und ein respektvoller Umgang miteinander sind dabei selbstverständlich.

**Bewertung: 5 Punkte**

## A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant\*innen

Als Digital- und Werbeagentur mit 23 Mitarbeitenden beziehen wir nur in geringem Maße Produkte. Wir sind auf unsere Lieferant\*innen angewiesen und pflegen sehr faire Beziehungen mit unseren Lieferant\*innen. Ein Risiko zur Ausnutzung der Marktmacht besteht also nicht.

**Keine Abzüge**

## A3 Ökologische Nachhaltigkeit In der Zulieferkette

visuellverstehen setzt beim Einkauf und der Auswahl seiner Lieferant\*innen sehr stark auf ökologische Nachhaltigkeit. Dies ist ein wichtiger Wert der Unternehmensstrategie. So beziehen wir beispielsweise Ökostrom und arbeiten mit einer ökologischen Bank zusammen. Für unser Webhosting arbeiten wir mit Unternehmen zusammen, die auf klimafreundliches Hosting achten, zu 100 % Naturstrom nutzen und CO<sub>2</sub>-neutral arbeiten. Die Rechenzentren sind dabei in Deutschland und Finnland stationiert.

Ein Großteil unserer Druckerarbeiten (76 %) haben FSC- und PEFC-Zertifizierungen und sind Mitglieder bei ClimatePartner. Bei Online-Druckaufträgen übernehmen wir auf eigene Kosten einen CO<sub>2</sub>-Ausgleich. Im Büroalltag nutzen wir nachhaltige Putzmittel und zertifiziertes Recyclingpapier und achten darauf, ökologisch produzierte Lebensmittel zu kaufen. Beispielsweise beziehen wir wöchentlich die Biokiste über Lebendiges Land, welche sich aus Lebensmitteln zusammensetzt, die regional und ökologisch nachhaltig produziert werden. Im Büro stehen allen Mitarbeitenden Getränke, ausschließlich in Glasflaschen und größtenteils mit nachhaltigen Labels, frei zur Verfügung. Da wir viele Barbelege insbesondere bei unserem Lebensmitteleinkauf haben, können nicht alle zertifizierten Produkte explizit ausgewiesen werden. Die folgende Liste ist eine kleine Übersicht:

Ökologische Alternativen	2019	% an Ausgaben	2020	% an Ausgaben
Druckkosten	47.118 €	15 %	15.464 €	6,8 %
Lebensmittel (geschätzt)	5.503 €	1,8 %	2.794 €	1,2 %
Ökostrom	2.576 €	0,8 %	2.446 €	1,1 %
Webhosting	10.498 €	3,4 %	7.396 €	3,3 %

**Bewertung: 7 Punkte**

### A3 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Es sind uns keine Lieferant\*innen oder Produkte in unserer Zuliefererkette bekannt, welche unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen haben. Im Gegenteil achten wir gerade im ökologischen Bereich auf ein bewusstes Beschaffungsmanagement. Ein kleines Risiko besteht durch Bestellungen über Amazon und anderen Onlineplattformen. Allerdings werden diese in Zukunft eingestellt.

**Keine Abzüge**

## A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Das Leitbild und die Werte von visuellverstehen sind über die Homepage für alle Lieferant\*innen jederzeit einsehbar. Über regelmäßige Newsletter, Blogbeiträge und Social Media Aktivitäten auf z.B. Instagram geben wir Einblicke in unser Agenturleben. Insbesondere mit unseren Dienstleister\*innen aus der Region gehen wir langjährige Geschäftsbeziehungen ein, da dadurch die gegenseitige Arbeitsweise bekannt ist und eine qualitativ hochwertige Zusammenarbeit gelingt. Gerade mit direkten Geschäftspartner\*innen verläuft die Kommunikation auf Augenhöhe und die Lieferbeziehung beruht auf gegenseitigem Vertrauen. Bei Dienstleistungen wie Foto und Film sind wir auf die Fachkompetenz unserer Lieferant\*innen angewiesen und beziehen diese aktiv in die Mitgestaltung mit ein. In diesem kreativen Bereich werden viele Freiräume gelassen und gleichzeitig viele Informationen ausgetauscht, um final ein überzeugendes Ergebnis zu erzielen. Nach und während gemeinsamer Projekte gibt es jederzeit die Möglichkeit zur gegenseitigen Reflexion und Feedback. Über Kosten und Preise wird offen kommuniziert.

Auch bei der Ausstattung unserer Büroräume werden unsere Lieferant\*innen durch ihr Fachwissen in Entscheidungsprozesse mit einbezogen. So sind alle unsere Bürotischplatten durch eine lokale Holzmanufaktur hergestellt, die selbstverständlich maßgeblich an dem Gestaltungsprozess mitgewirkt hat und mit denen wir neben den Tischplatten durchgängig kleinere Projekte realisieren. Die Hauptausstattung fand in den Jahren vor dem Berichtszeitraum statt. Da sich unser Team zur Zeit weiter vergrößert, werden die Büroräume ebenfalls entsprechend weiter ausgestattet. Feedback ist auch hier eine Selbstverständlichkeit. Da unser Steuerberater gleichzeitig unser Vermieter ist und privat in demselben Gebäude wohnt, wie wir, findet auch hier eine sehr enge Zusammenarbeit statt.

Insgesamt sind transparente und partizipative Lieferbedingungen bei unseren direkten Lieferant\*innen gegeben. Das Einhalten von abgesprochenen Zahlungszielen und -bedingungen ist eine Selbstverständlichkeit für uns.

**Bewertung: 3 Punkt**

## B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

visuellverstehen wurde 2012 von Malte Riechmann und Sören Riechmann zunächst als UG gegründet. Die Umfirmierung in eine GmbH erfolgte einige Monate später. Den beiden Brüdern gehört das Unternehmen bis heute jeweils zu 50 %. Wir sind also unabhängig und finanzieren uns zu 100 % aus Eigenmitteln. Bis jetzt waren zu keinem Zeitpunkt in der Unternehmensgeschichte externe Finanzierungen oder Kreditaufnahmen notwendig. Es bestehen Leasing-Verträge für die beiden Firmenwagen mit VW und Audi.

Unser Hauptfinanz-Partner ist die GLS-Bank. Die GLS-Bank setzt sich als zertifizierte Ethik-Bank für soziale und ökologische Projekte ein. Ein weiterer Finanzpartner ist die Allianz, bei welcher Rücklagen als Sicherheit für mögliche Krisenzeiten angelegt sind. Die Allianz ist darüber hinaus unser Versicherungspartner. Nach eigenen Angaben hat die Allianz sich als Ziel gesetzt, sich als Nachhaltigkeitsvorreiter zu positionieren, und legt Wert auf die Integration der ESG-Kriterien. Unser Bestreben geht jedoch dahin, wieder komplett mit Ethikbanken zu arbeiten.

Der Eigenkapitalanteil lag sowohl in 2019 75,6 % und setzt sich wie folgt zusammen:

Bilanzaktiva: N/A €

Eigenkapital davon: N/A €

Eigenkapitalanteil: 75,6 %

Der Fremdkapitalanteil setzt sich im Jahr 2019 aus Rückstellungen (14,2 %), Lieferverbindlichkeiten (2,4 %) und sonstige Verbindlichkeiten (7,7 %) zusammen. 2020 ist die Eigenkapitalquote in dem gleichen Bereich wie im Jahr 2019 und liegt damit weit über dem nationalen Durchschnitt für die Branche, welcher zwischen 30 - 35 % beträgt. Fremdfinanzierungen werden, wie oben genannt, nicht in Anspruch genommen.

Bis dato existiert kein unabhängiges Gremium, welches auf die 100 % Eigenfinanzierung achtet und die ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln sicherstellt. Bei einem weiteren Wachstum des Unternehmens ist die Einrichtung eines solchen Gremiums in Erwägung zu ziehen.

**Bewertung: 7 Punkte**

## B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Wir führen jährliche Klausurtagungen durch, in denen wir unter anderem unsere Vision und Mission beleuchten, sodass wir eine klare Zukunftsausrichtung haben. Der Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit beträgt in 2019 N/A € und in 2020 N/A €. 2019 wurden N/A € und 2020 N/A € insgesamt an die Gesellschafter ausgeschüttet.

Die geplanten Zukunftsausgaben werden bis dato aus der laufenden Geschäftstätigkeit und den thesaurierten Gewinnen finanziert. Dadurch wird das Unternehmen bewusst gestärkt, sodass ein nachhaltiger Wachstum möglich ist. Ein weiterer Teil fließt in die Bildung von Rücklagen. 2019 wurden 41 % den Rücklagen zugeführt, 2020 waren es 59 %. Dadurch, dass visuellverstehen ein relativ junges Unternehmen ist, ist die Bildung von Rücklagen einerseits für größere Zukunftsinvestitionen notwendig und sorgt andererseits für eine gewissen Sicherheit in schwächeren Geschäftsjahren oder möglichen Krisensituationen. 2019 betrug das Barguthaben bzw. die Finanzanlagen 342.781,51 € und 2020 531.930,50 €.

Der Gesamtbedarf an Zukunftsausgaben wird nicht spezifiziert aufgelistet, sondern richtet sich nach dem Geschäftserfolg. Derzeit ist folgendes Projekt in der Umsetzung:

Customer-Relationship-Management (CRM): Wir entwickeln ein eigenes CRM-System mit einem Investitionsvolumen von 250.000 €. Das Projekt ist zu 50 % eigenfinanziert und zu 50 % durch das EU-Förderprogramm »Betriebliche Prozess- und Organisationsinnovationen« (POI) durch die Wirtschaftsförderung und Technologietransfer Schleswig-Holstein GmbH gefördert, wobei die Auszahlung dieser Förderungen nicht in den Berichtszeitraum fällt, sondern erst in 2021 stattfindet.

Weitere Zukunftsausgaben und -investitionen sehen wir in der Anpassung der Gehälter. Wir achten schon heute auf eine faire Gestaltung der Gehälter der Mitarbeitenden, möchten diese in Zukunft allerdings kontinuierlich weiter anheben. Außerdem ist es das Ziel, weiterhin unabhängig zu bleiben, um nur Projekte und Aufträge anzunehmen und zu realisieren, die zu uns passen. Schon heute lehnen wir Projekte, die wir nicht mit unseren Werten vereinen können. Unser Wunsch ist es, so zu arbeiten, dass wir zukünftig vermehrt mit Kund\*innen zusammen kommen, die sich selbst explizit sozial-ökologisch ausrichten und engagieren. Das erreichen wir unter anderem durch die eindeutige Positionierung mit der Gemeinwohl-Bilanz und die entsprechenden Schritte, die durch diese angestoßen werden. Die Inventionen in die Gemeinwohl-Bilanzierung und den Personaleinsatz sehen wir also ebenfalls als Investitionen in unsere Zukunft an.

**Bewertung: 10 Punkte**

## B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln

Es gab keine Verlagerung oder Schließung von Standorten. In den letzten Jahren gab es durchweg einen Stellenaufbau. Die Verteilung der Geldmittel verläuft fair.

**Keine Abzüge**

## B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Es existiert derzeit kein festgeschriebener Investitionsplan. Auch wurde kein ökologischer Sanierungsbedarf ermittelt. Grund hierfür ist insbesondere, dass eigene Anlagen nicht existieren und wir in unserem Rahmen bereits auf ökologische Raumnutzung und Arbeitsweisen achten. Langfristig ist die Investition in ein eigenes Bürogebäude ggf. mit öffentlich zugänglichem, nachhaltigen Restaurant geplant. Hierbei würden ökologische Kriterien angelegt werden und auf hohe Energiestandards geachtet werden.

Wir unterstützen laufend eine Reihe von Projekten pro bono. Dabei sind dies zu 100 % sozial-ökologische Projekte. Jede\*r Mitarbeitende darf Pro-bono-Projekte vorschlagen, die er oder sie gerne fördern würde. Im Team wird darüber abgestimmt. Wir unterstützen insbesondere durch Kreativleistungen oder materiellen Spenden. Manchmal bestehen Förderungen auch aus direkten Geldspenden. Über unsere Spenden und Pro-bono-Projekte berichten wir detailliert in Kapitel E2.

Da weder Fondsveranlagungen noch sonstiges Anlagevermögen existieren und wir derzeit keine Investitionen tätigen oder Projekte finanzieren, ist dieser Themenbereich für uns zur Zeit weniger relevant und wir können keine Angaben dazu machen.

**Bewertung: 5 Punkte**

## B3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

visuellverstehen kann bestätigen, dass das Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut.

**Keine Abzüge**

## B4 Eigentum und Mitentscheidung

Eigentümer der visuellverstehen GmbH sind mit je 50 % die damaligen Gründer und heutigen Geschäftsführer Sören Riechmann und Malte Riechmann. Die beiden Brüder haben 100 % des Eigenkapitals zu gleichen Teilen inne. Entscheidungen werden demokratisch unter Einbeziehung der Mitarbeitenden getroffen. Die Struktur der Eigentümer hat sich bei visuellverstehen seit der Gründung nicht verändert.

### **Verbesserungspotenzial/Ziele:**

Die Beteiligung der Mitarbeitenden wird als mögliche Zukunftsvariante in Betracht gezogen. Dies könnte in Form einer Mitarbeitenden-Anleihe oder vergleichbaren Möglichkeiten geschehen. Die Unternehmer stehen einer solchen Beteiligung interessiert gegenüber und werden sich in naher Zukunft mit Beteiligungsvarianten auseinandersetzen.

### **Bewertung: 1 Punkt**

## B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme

visuellverstehen kann versichern, dass keine feindlichen Übernahmen erfolgt sind.

### **Keine Abzüge**

## C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Bei visuellverstehen sind derzeit 23 Mitarbeitende beschäftigt (17 in 2019). Das entspricht 19,23 Vollzeitäquivalenten (14,2 in 2019). Die durchschnittliche Unternehmenszugehörigkeit beträgt 2,7 Jahre. visuellverstehen ist 2012 gegründet worden und seitdem kontinuierlich gewachsen. Beispielsweise wurden im Jahr 2019 drei Mitarbeiter\*innen eingestellt. In 2020 hatten wir acht Neuzugänge und 107 Bewerbungsanfragen.

Bei einer Unternehmenszugehörigkeit von fünf Jahren werden die Mitarbeiter\*innen geehrt. Für die Ehrung kommen alle Mitarbeitenden zusammen. Der/die geehrte Mitarbeiter\*in erhält ein Laudatio durch alle anderen Kolleg\*innen, einen extra Urlaubstag, 500 € brutto sowie einen speziellen Aufkleber und ein abschließendes gemeinsames Essen. Bisher konnten wir mit fünf Personen das fünfjährige Jubiläum feiern.

Die Mitarbeitenden sind in einem hohen Maße an der Entwicklung und den Entscheidungsfindungen im Unternehmen beteiligt. Jedes Jahr finden ein bis zwei Klausurtagungen statt, bei denen alle Mitarbeitenden zusammen kommen, Teambuilding-Maßnahmen durchgeführt werden und gemeinsam zu einem speziellen Themengebiet der Unternehmensentwicklung gearbeitet wird. Beispielsweise wurde in diesem Zuge die Werte von visuellverstehen, die Ziele (kur-, mittel-, langfristig) und die zukünftige Positionierung durch die Mitarbeitenden erarbeitet. Auch zukünftige Mitarbeitende, deren Vertrag bereits abgeschlossen ist, aber noch nicht begonnen hat, werden zu den Klausurtagungen und anderen Zusammenkünften eingeladen, um das Team, die Arbeitsweise und das Unternehmen kennenzulernen und möglichst gut integriert zu werden.

Im Zuge der Gemeinwohl-Bilanzierung wurde eine Mitarbeitenden-Befragung durchgeführt. Die Unternehmenskultur wurde dabei als offen, demokratisch, fair und positiv beschrieben. Die Mitarbeiter\*innen schätzen die Arbeit auf Augenhöhe und den hohen Fokus auf die Gemeinschaft. Es wird viel Wert darauf gelegt, dass jede\*r, einschließlich der Praktikant\*innen und Werksstudent\*innen, das gleiche Stimmrecht hat und zu allen Entscheidungen beitragen kann. Eine hohe Wertschätzung und eine positive Fehlerkultur führen dazu, dass die Arbeitsatmosphäre als angenehm und förderlich für die eigene Entwicklung wahrgenommen wird.

Die Basis dafür ist Vertrauen. Es gilt bei uns die Vertrauensarbeitszeit. Überstunden sollten nach Möglichkeit vermieden werden. Für den Fall, dass in Ausnahmesituationen Überstunden anfallen, werden diese selbstständig über die Arbeitszeit ausgeglichen. Jede\*r Mitarbeitende hat einen eigenen Schlüssel zu den Büroräumen und darf das Equipment bei Bedarf auch für private Angelegenheiten nutzen. Insbesondere in 2020 haben wir, angestoßen durch die Corona-Maßnahmen, auch die Vertrauensarbeitsplatzregelung

eingeführt, sodass es den Mitarbeitenden frei steht, dort zu arbeiten, wo für sie\*ihn die beste Arbeitsumgebung herrscht.

Die Mitarbeitenden bewerten es zusätzlich positiv, dass visuellverstehen sich als wertebasiertes Unternehmen positioniert und sowohl mitarbeiter\*innenfreundlich als auch nachhaltig arbeitet.

Zweimal pro Jahr finden Sechs-Augen-Gespräche statt, in denen die beiden Geschäftsführer mit jedem\*r einzelnen Mitarbeiter\*in über Themen wie Zufriedenheit, Gehalt, Herausforderungen, persönliche Ziele, etc. sprechen. Auch außerhalb der Gespräche wird betont, dass es jederzeit die Möglichkeit für ein Gespräch gibt, um so eine offene und ehrliche Zusammenarbeit zu fördern. Im Anschluss an die Sechs-Augen-Gespräche gibt es eine Status Quo Präsentation des Unternehmens, bei dem die Ergebnisse der Gespräche zusammengefasst werden, der aktuelle Stand des Unternehmens kommuniziert wird und gegebenenfalls Maßnahmen getroffen werden.

Weitere Zusammenkünfte, die regelmäßig stattfinden und die offene Unternehmenskultur prägen, sind der Open Friday, der Schulterblick, Teamsitzungen und Stand-ups.

Der Open Friday ist ein internes Barcamp, das zweimal im Jahr stattfindet. Mitarbeitende können dort zu einem beliebigen Thema Sessions organisieren. Teilweise werden auch Externe eingeladen.

Der Schulterblick findet monatlich mit allen Mitarbeitenden statt und ist für die gegenseitige Präsentation der Arbeit dar. Jede\*r darf präsentieren und wird dazu ermutigt, dies mindestens zweimal jährlich zu tun.

Teamsitzungen finden ebenfalls einmal im Monat statt. Hierbei werden mit allen Mitarbeitenden über aktuelle Themen und Projekte gesprochen. Wir legen viel Wert auf gemeinsame Entscheidungen und versuchen einen Konsens durch Diskussionen zu finden.

Darüber hinaus finden in Kleinteams in selbstbestimmten Abständen (täglich, wöchentlich) Stand-up-Meetings statt.

Es gibt ausdrücklich die Möglichkeit auch nach den Arbeitszeiten weitere Unternehmungen (Kino, Spiele, etc.) anzubieten und die Kolleg\*innen dazu einzuladen. Allerdings haben sich hier noch keine festen Termine etabliert und gerade in 2020 sind die gemeinschaftlichen Aktivitäten nach der Arbeit aufgrund der Corona-Maßnahmen zurück gegangen.

Bei Weiterbildungen und Entwicklungsmöglichkeiten ist das meistgenutzte Format Konferenzen und Kongresse. 32 % der Mitarbeitenden nutzen das Angebot, Konferenzen zu besuchen. Jede\*r Mitarbeiter\*in steht es frei, sich während der Arbeitszeit weiterzubilden, sofern es die aktuellen Projekte zulassen. Des Weiteren gilt, dass alle Mitarbeitenden bei visuellverstehen jederzeit benötigte Bücher bestellen können. Dieses Angebot haben in den letzten Jahren bisher ca. 20 % genutzt. Vielfach werden statt Bücher digitale Formate und Fortbildungen genutzt. Unterstützung bei Weiterbildungen über mehrere Jahre oder speziellen Fortbildung wird nach Absprache ebenfalls gegeben.

Das Büro wird in der Umfrage durch die Mitarbeitenden ebenfalls positiv bewertet. Die Mitarbeitenden haben die Möglichkeit sich ihr individuelles Setup aus Hardware und Software auszusuchen. Die Arbeitsplatzausstattung ist modern und ergonomisch mit höhenverstellbaren Tischen. Die Räume sind offen und hell und es gibt eine Dachterrasse, die im Sommer viel genutzt wird. Des Weiteren wird die Gesundheit und das Wohlbefinden der Mitarbeitenden dadurch gefördert, dass zweimal die Woche frisch und gesund gekocht wird. Das Essen ist dabei grundsätzlich immer vegan. Vegetarische Alternativen werden meistens und Alternativen mit Fleisch manchmal angeboten. Zusätzlich gibt es für die Mitarbeitenden jederzeit frisches Obst und verschiedenste Getränke zu freier Verfügung. Generell ist die Küche durch eine Siebträgermaschine für Kaffee und modernen Kochmöglichkeiten sehr gut ausgestattet und kann durch alle Mitarbeitenden jederzeit genutzt werden.

Es stehen Duschkmöglichkeiten zur Verfügung und es gibt das Angebot, ein Fahrrad über den Bruttolohn zu leasen. Zusätzlich steht den Mitarbeitenden die Privatnutzung der beiden Firmenwagen, auch für längere Urlaubsfahrten, frei. Wird z.B. eine Arbeitsbrille benötigt, wird diese bezuschusst. Es gibt eine betriebliche Altersversorgung, bei der visuellverstehen die Einlagen jeweils verdoppelt, sowie einen jährlichen Teambonus, welcher von der im Arbeitsvertrag definierten Arbeitsstundenzahl abhängt.

visuellverstehen ist offen gegenüber allen Kulturen. Bei uns ist jeder Mensch unabhängig von Geschlecht, Alter, Religion, kultureller Zugehörigkeit, sozialer Herkunft, sexueller Identität und körperlicher Verfassung willkommen. Wir unterstützen Vereine und Initiativen, die sich für Vielfalt, Toleranz und Gleichberechtigung einsetzen. Unsere Mitarbeiter\*innen wählen wir nach den individuellen Fähigkeiten aus und achten darauf, dass die Person sich mit den Werten unserer Unternehmenskultur identifizieren kann.

Das Durchschnittsalter bei visuellverstehen sind 30,4 Jahre. Dabei reicht die Altersverteilung von 21 bis 53 Jahren. Bisher beschäftigen wir hauptsächlich Mitarbeitende aus der Region. So kommen 2019 und 2020 alle Mitarbeitende aus Deutschland und davon über 70 % aus Schleswig-Holstein. Unsere Frauenquote ist mit 10 % sehr gering. Wir bemühen uns, mehr

Diversität in unser Team zu bekommen. Beispielsweise hatten wir 2020 eine Praktikantin aus Spanien und einen Praktikanten aus Syrien sowie eine weitere deutsche Praktikantin, die uns alle jeweils für ein Minimum von drei Monate unterstützt haben. Die beiden letzteren haben ihre Zeit bei uns verlängert und werden auch 2021 bei visuellverstehen arbeiten.

Es gab während des Berichtszeitraumes und auch davor keine Betriebsunfälle. Die durchschnittliche Krankenquote ist mit 2,08 Tagen in 2019 und 2,28 Tagen in 2020 sehr gering. Eine durchschnittliche Karenzdauer von Vätern und Müttern können wir nicht angeben, da wir diesen Fall nur einmal während des Berichtszeitraumes hatten. Für Väter gilt bei uns eine minimale Elternzeit von zwei Monaten. In dem Fall während des Berichtszeitraums wurden drei Monate Elternzeit genommen. Eltern werden zusätzlich mit 44 € steuerfreiem Sachbezug für ihre Kinder für 24 Monate unterstützt. Außerdem zahlt visuellverstehen einen steuerfreien Kindergartenzuschuss in der Höhe von 50 % der Kosten.

**Bewertung: 6 Punkte**

## C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

In keinem Bereich bei visuellverstehen gibt es Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen. Im Gegenteil werden die Arbeitsbedingungen von allen Mitarbeitenden als sehr positiv und fördernd beschrieben.

**Keine Abzüge**

## C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Die Ausgestaltung der Arbeitsverträge ist sehr individuell. Grundsätzlich werden unbefristete Arbeitsverträge ausgestellt. Alle Beschäftigten bei visuellverstehen sind mit einem Arbeitsvertrag angestellt. Es gibt keine Freelancer. Die definierte Wochenarbeitszeit für Vollzeitbeschäftigte liegt bei 40 Stunden. Die Beschäftigungsstunden teilen sind wie folgt auf:

	2019	2020
<b>40 Stunden</b>	10x	11x
<b>37 Stunden</b>	-	3x
<b>35 Stunden</b>	-	1x
<b>32 Stunden</b>	4x	4x
<b>20 Stunden</b>	2x	4x
<b>Durchschnitt</b>	<b>35,5 h</b>	<b>34,5 h</b>

2020 arbeiten von den 23 Mitarbeitenden nur 48 %, also 11 Personen, in Vollzeit. Generell sind Arbeitsmodelle bei uns individuell gestaltbar. Alle Mitarbeitenden können ihre definierte Wochenarbeitszeit unter Absprache anpassen. So gibt es beispielsweise Mitarbeitende, die im Winter in Vollzeit arbeiten und im Sommer auf eine Vier-Tages-Woche reduzieren. Die durchschnittliche Wochenarbeitszeit liegt in 2020 bei 34,5 Stunden. Generell gibt es bei uns flexible Arbeitszeit, die in Vertrauensarbeitszeit ausgeübt wird und keine Überstunden vorsieht. Sollten aufgrund von hohem Arbeitsvorkommen Überstunden anfallen, werden diese in Eigenverantwortung durch Freizeit ausgeglichen. So ist es auch möglich, private Termine, die in die Arbeitszeit fallen, wahrzunehmen und die Stunden nachzuarbeiten. Die Möglichkeit eines Gap-Years steht generell offen. Bislang hat ein Mitarbeitender das Angebot in Form einer dreimonatigen Auszeit in Anspruch genommen.

Seit 2020 steht es allen Mitarbeitenden jederzeit frei, von zuhause aus zu arbeiten. Wer dauerhaft seinen\*ihren Arbeitsplatz nicht im Büro sieht, bekommt die passende Hardware gestellt. Für die Arbeit im Büro stehen in diesem Fall Shared-Schreibtische zur Verfügung, die von allen genutzt werden können. Die anstehenden Arbeiten und Projekte werden eigenverantwortlich in Kleinteams besprochen und verteilt.

Es steht den Mitarbeitenden laut Vertrag zu, privat in dem gleichen Berufsfeld zu arbeiten.

Die Gehälter wurden in den letzten Jahren sukzessiv angepasst und sollen auch im Laufe der nächsten Jahre generell steigen. Es gibt zweimal im Jahr Sechs-Augen-Gespräche, in denen die Mitarbeitenden unter anderem nach ihren Gehaltsvorstellungen gefragt werden. Es wird stark darauf geachtet, dass jede\*r Mitarbeitende fair bezahlt wird und dass die Gehälter in

einem ausgewogenen Verhältnis zueinander stehen. Die innerbetriebliche Gehaltsspreizung lag 2019 bei 1:4,3 (Maximalverdienst 4322,58 € bei 40 Stunden und Minimalverdienst von 1000 € bei 20 Stunden) und 2020 bei 1:3,7 (Maximalverdienst 4790,13 € bei 40 Stunden und Minimalverdienst von 1290 € bei 20 Stunden). Bei einer Hochrechnung der Arbeitszeitstunden auf jeweils 40 Stunden, entspricht das einer Gehaltsspreizung von 1:2,2 (2019) bzw. von 1:1,7 (2020). Der Medianverdienst liegt 2020 bei 3421,93 € monatlich bzw. 41.063,16 € jährlich. Damit zahlt visuellverstehen mehr, als es im Landesdurchschnitt (39.735 €) üblich ist, und sichert seinen Mitarbeitenden dadurch einen lebenswürdigen Verdienst (<https://cdn.personalmarkt.de/cms/gehaltsatlas-2019.pdf>). Für die Einstellung von Praktikant\*innen oder Werksstudent\*innen sind die entsprechenden Kleinteams zuständig. Während des Berichtszeitraums bestimmten diese Kleinteams vereinzelt auch selbstständig über die Gehälter der Praktikant\*innen oder Werksstudent\*innen. Es wird darüber diskutiert, diese Praxis in Zukunft auszuweiten und auch für Festangestellte anzuwenden.

Am Jahresende erhält jede\*r Mitarbeitende, unabhängig von seiner\*ihrer Leistung aber in Abhängigkeit der für ihn\*sie definierten Wochenarbeitszeit, einen Bonus ausgezahlt, der sich an dem Gewinn orientiert. 2019 und 2020 entspricht der Teambonus circa einem vollen 13. Gehalt. Bisher gab es keinen Bonus für die Geschäftsführer. 2020 erhielten beide Geschäftsführer aufgrund der Regelungen in Zuge der Corona-Krise einen einmaligen Bonus von 1.500 €.

**Eigene Bewertung: 4 Punkte**

## C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Wir können bestätigen, dass bei visuellverstehen kein\*e Mitarbeitende\*r durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet wird.

**Keine Abzüge**

## C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

Den Mitarbeitenden steht bei visuellverstehen in den Büroräumen eine gut ausgestattete Küche (Herd, Mikrowelle, Siebträgermaschine, Backofen, Kühlschrank, etc.) zur eigenen Nutzung zur Verfügung. Zweimal wöchentlich wird ein ausgewogenes Mittagessen oder Salatbuffet angeboten (3,5 €). Bisher gab es keine festgeschriebene Einkaufsrichtlinie für die Lebensmittel. Eingekauft wird meistens bei Edeka. In Zukunft soll darauf geachtet werden, vermehrt Bio- und Fair-Trade-Produkte zu beziehen und auf dem Wochenmarkt einzukaufen. Wie in C1 beschrieben wird immer eine vegane Variante angeboten. Vegetarische Optionen werden meistens und Alternativen mit Fleisch gelegentlich angeboten, wobei überlegt wird, zukünftig ganz auf das Fleischangebot zu verzichten. Kostenfreies Obst in einer Biokiste von einem regionalen Anbieter, der auf Regionalität, Bio und Fair-Trade setzt, werden den Mitarbeitenden zur Verfügung gestellt. Außerdem dürfen diese sich jederzeit kostenfrei an dem umfangreichen Getränkeangebot bedienen, welches ausschließlich in Glasflaschen angeboten wird.

Bei unseren Firmenfeiern versuchen wir, wo möglich, einen Naturbezug herzustellen. Beispielsweise gab es 2020 zum Sommerfest eine Pilzführung, in der Wissen über lokale Pilze und Waldbedingungen vermittelt wurde.

Die Mitarbeitende werden dazu angehalten, nachhaltige und soziale Projekte vorzuschlagen, die sie für unterstützenswert halten. Im Büro wird sehr wenig mit Papier gearbeitet. Vorhandenes Druckerpapier ist Recyclingpapier und ökologisch zertifiziert. Bei dem Kauf von Hardware wird auf Langlebigkeit geachtet und die vorhandene Hardware wird über einen langen Zeitraum genutzt.

Aufgrund der zentralen Lage des Büros und der regionalen Mitarbeiter\*innenstruktur ist der durchschnittliche Arbeitsweg nur 2,08 km lang. Es gibt lediglich einen Mitarbeitenden, der mit dem Auto zur Arbeit kommt. Die Anreise zur Arbeit verteilt sich also wie folgt:

- 50 % nutzen das Fahrrad
- 37,5 % kommen zu Fuß
- 6,25 % nehmen öffentliche Verkehrsmittel
- 6,25 % fahren mit dem Auto

Durch die Möglichkeit ein Firmenfahrrad zu leasen, den Fahrradabstellplatz im Haus, Duschen und Spinde wird der ökologische Anfahrtsweg zu Arbeit unterstützt.

Es gibt zwei Firmenwagen, die auch privat genutzt werden können. Rund ein Drittel der Mitarbeitenden gibt an, durch das Firmen-Car-Sharing auf ein eigenes Auto verzichten zu können.

Generell kommen viele unserer Kund\*innen aus der näheren Umgebung, sodass längere Fahrten mit dem Auto vermieden werden können. Zudem erfolgt der Kund\*innen-Kontakt oft über Telefon, E-Mail oder Videokonferenzen. Sollten längere Fahrten z.B. zu Konferenzen notwendig sein, werden die Mitarbeitenden dazu aufgefordert eine ökologisch sinnvolle Transportmöglichkeit zu wählen. Es werden keine Flugreisen unternommen.

**Eigene Bewertung: 5 Punkte**

### **C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens**

Es wird keine Verschwendung von Ressourcen gefördert. Unökologisches Verhalten wird nicht geduldet. Beispielsweise werden auf eine korrekte Mülltrennung geachtet und Fahrradfahrten gefördert.

**Keine Abzüge**

## C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Innerbetriebliche Transparenz und Mitentscheidung sind wesentliche Bestandteile unserer Unternehmensphilosophie. Über den Server sind alle Informationen über Projekte und ähnliches für alle Mitarbeitenden jederzeit zugänglich. Zusätzlich arbeiten wir mit einem Online-Tool, welches einerseits als wiki für alle Mitarbeitenden dient und andererseits für die Projektorganisation. Über ein weiteres Online-Tool realisieren wir das Tracking der Projekteinnahmen. Hierüber ist für jede\*n Mitarbeitende\*n einsehbar, welche Einnahmen wir haben und über welches Projekt diese generiert werden. Die aktuelle Auftragslage sowie die Finanzdaten sind also transparent. Zusätzlich werden die wesentlichen Finanzkennzahlen für die Mitarbeitenden mindestens halbjährlich in den Status-Quo-Meetings von der Geschäftsführung zusammengefasst.

Nicht einsehbar für die Mitarbeitenden sind derzeit die Ausgaben von visuellverstehen. Dazu gehören auch die Gehälter der einzelnen Mitarbeitenden. Es ist in Überlegung die Ausgaben mit der Einführung unseres neuen CRM-Tools ebenfalls für die Mitarbeitenden einsehbar zu machen. Die Gehälter sind personenbezogene Daten, die wir aus Datenschutzgründen nicht veröffentlichen.

Über Meetings, zu denen alle Mitarbeitenden für einen Austausch von wichtigen Unternehmensdaten und -aktivitäten zusammenkommen, wurde bereits in C1 berichtet. Zu nennen sind hier neben Kleinteam-Besprechungen und -Stand-Ups insbesondere das monatliche Teammeeting und der monatliche Schulterblick, zu welchen jeweils das gesamte Team von visuellverstehen zusammenkommt. Verbesserungsvorschläge können jederzeit eingebracht werden.

Ebenfalls in C1 schon erwähnt sind die Klausurtagungen, die ein- bis zweimal pro Jahr stattfinden, und die halbjährigen Sechs-Augen-Gespräche.

Bei den Klausurtagungen werden wichtige und unternehmensrelevante Themen und Entscheidungen diskutiert und ausgearbeitet. Beispiele hierfür sind Unternehmensziele und Positionierung des Unternehmens.

Die Sechs-Augen-Gespräche dienen als umfassende Feedbackgespräche. Es werden Themen wie Gehälter, Wohlbefinden, persönliche Entwicklung und Ziele besprochen. Die Mitarbeitenden sollen dabei nicht nur Feedback erhalten, sondern explizit auch Feedback geben. Darüber haben die Mitarbeiter\*innen die Möglichkeit, sich bestmöglich im Unternehmen zu positionieren und auch Aufgabenbereiche zu wechseln oder neu anzunehmen.

Bis auf die Geschäftsführung gibt es keine definierten Führungspositionen. Es wird in Kleinteams gearbeitet, die sich selbst koordinieren. Zwei Mitarbeitenden sind neben ihren eigentlichen Aufgaben als Projektkoordinatoren zuständig, um Schnittstellenarbeiten zu erleichtern. Die Einführung und die Besetzung der Projektkoordinationsstellen wurde mit dem gesamten Team kommuniziert. Auch bei der Ausschreibung von neuen Stellen werde diese zunächst an das Team geschickt und um Rückmeldungen und Bedenken dazu gebeten. Wenn visuellverstehen, wovon wir derzeit ausgehen, in Zukunft weiter wachsen wird, sind Überlegungen zu der Einführung neuer Bereiche und neuer Rollen wie z.B. Projektleitung notwendig. Diese Entwicklungen würden zusammen mit dem Team erarbeitet und diskutiert werden.

Wir schätzen den Grad der Transparenz bei kritischen und wesentlichen Daten bei 90 %. Wir haben eine sehr flache Hierarchie. Positionen mit Koordinationsaufgaben werden zu 100 % durch die eigenen Mitarbeiter\*innen legitimiert. Der Anteil an Entscheidungen, die über Anhörung, Mitwirkung und Mitentscheidung getroffen wird liegt bei 95 %.

**Eigene Bewertung: 6 Punkte**

#### C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Es gibt bis heute keinen Betriebsrat bei visuellverstehen. Die Einführung einen solchen wurde bisher nicht gewünscht oder gefordert. Wir können bestätigen, dass keine Verhinderung des Betriebsrates vorliegt.

**Keine Abzüge**

## D1 Ethische Kund\*innenbeziehung

Als Digital- und Werbeagentur sind die enge Zusammenarbeit mit unseren Kund\*innen und eine gute Kommunikation Grundlagen, um qualitativ hochwertige Arbeit leisten zu können. Unsere Kund\*innen sind dabei Unternehmen und Betriebe jeder Größe, Vereine oder Institutionen. Wir arbeiten also im B2B Bereich und verkaufen unsere Produkte und Dienstleistungen nicht an Endkund\*innen.

Wir haben kein definiertes Budget für Marketing, Vertrieb oder Verkauf. Kein\*e Mitarbeiter\*in ist für diesen Bereich explizit zuständig. Vertriebsmitarbeiter\*innen haben wir nicht und es existiert keine interne Umsatzvorgabe. Wir pflegen unsere eigene Website sowie den Auftritt in den sozialen Medien wie Instagram, betreiben aber nicht aktiv Werbung. Neukund\*innen gewinnen wir oft über Weiterempfehlungen oder sie gelangen über unsere Website zu uns. Unsere »Werbeartikel« für Neukund\*innen, sind nachhaltig gedacht und gestaltet. So erhält beispielsweise jede\*r Neukund\*in 100 m<sup>2</sup> Blumenwiese von uns. Bis auf das Neukund\*innen-Geschenk gibt es keine weiteren Bevorzugungen oder Benachteiligungen von Neu- oder Stammkund\*innen. Wir beraten unsere Stammkund\*innen laufend, sind für sie jederzeit ansprechbar und führen Jahresfeedbacks sowie Zwischenfeedbacks durch. Jedes Jahr zu Weihnachten erhalten unsere Kund\*innen von uns ein kleines individualisiertes und nachhaltiges Weihnachtsgeschenk. Vor der Annahme von Neukund\*innen prüfen wir diese auf moralische Verwerflichkeit. Für bestimmte Branchen arbeiten wir nicht, um zu verhindern, dass wir mit unseren Projekten Schaden anrichten. Aufträge, die nicht mit unseren Werten übereinstimmt, z.B. Anfragen aus der Rüstungsindustrie, lehnen wir daher grundsätzlich ab.

In vielen Fällen sind unsere Kund\*innen gleichzeitig unsere Lieferant\*innen. Wir versuchen so möglichst viel zurückzugeben. Beispielsweise zählt unser Vermieter und Steuerberater auch zu unseren Kund\*innen. Wir veranstalten unsere Firmen-Events wie Sommerfest oder Jubiläum in Restaurants oder Einrichtungen, für die wir gearbeitet haben. Wir leben eine Kultur des Geben und Nehmens und des Austauschs von z.B. Dienstleistungen, was wir in einer kleinen Stadt wie Flensburg für sehr wertvoll halten.

Wir beraten unsere Kund\*innen nicht so, dass wir den größten Profit dabei machen, sondern so, dass wir gemeinsam mit dem\*r Kund\*in die individuell beste Lösung finden und er\*sie das bekommt, was ihm\*ihr am besten weiterhilft.

Da wir hochqualitative Arbeit bieten, ist es nicht für alle Unternehmen, Betriebe, Vereine oder Institutionen möglich, sich unsere Produkte und unseren Service zu leisten. Für Projekte, Vereine oder Organisationen, die zu dem Gemeinwohl beitragen und die unterstützenswert sind, machen wir Pro-bono-Arbeiten. Dies wurde bereits in B3 erwähnt

und wird in E2 vertieft. Der Umfang an Pro-bono-Projekten wird auf ca. 1,6 % vom Gesamtumfang geschätzt.

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Während der Bilanzierung haben wir festgestellt, dass wir uns bisher wenig Gedanken über die Barrierefreiheit unserer Produkte und unserer Büroräume gemacht haben. Unser Büro befindet sich derzeit in einem Altbaugebäude, welches unter Denkmalschutz steht und nicht ohne großen Aufwand barrierefrei umgebaut werden kann. Sollten Anfragen kommen, die barrierefreies Arbeiten erfordern, würden wir hier selbstverständlich eine Lösung überlegen und dies auch möglich machen.

**Bewertung: 2 Punkte**

**D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen**

Wir können bestätigen, dass keine unethischen Werbemaßnahmen bei visuellverstehen durchgeführt werden.

**Keine Abzüge**

## D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

Wir arbeiten insbesondere im Bereich der Softwareentwicklung mit Unternehmen der gleichen Branche zusammen. Hier findet ein Austausch statt und es werden Kooperationen angestrebt. Werden wir beispielsweise damit beauftragt, einen Onlineshop aufzubauen, arbeiten wir mit anderen Unternehmen zusammen, die dann beispielsweise die Implementierung des Bezahlsystems übernehmen. Wir haben außerdem feste regionale Partnerunternehmen für die Bereiche Foto und Film, mit denen wir sehr eng zusammenarbeiten. Unser Ziel ist es, unseren Kund\*innen hochqualitative Produkte zu liefern und bestmögliche Arbeit zu leisten. Da wir nicht in allen Bereichen Expert\*innen sind, ist die Kooperation mit Mitunternehmen und der Austausch von Dienstleistungen unerlässlich. Wir legen Wert darauf, wie bereits in D1 angesprochen, Kund\*innen zu Partner\*innen zu machen, sodass wir gegenseitig voneinander profitieren und eine Zusammenarbeit entsteht, die für beide Seiten vorteilhaft ist.

Für den Austausch mit anderen Agenturen, also Unternehmen der gleichen Branche, nehmen wir an Events wie dem AgenturCamp teil. Bei öffentlichen Firmen-Events wie zum Beispiel bei dem Tag der offenen Agentur sind alle Externen herzlich bei uns eingeladen. Wir laden explizit auch regionale Unternehmen der gleichen Branche ein und freuen uns über einen Austausch. Allerdings ist die Zusammenarbeit der Agenturen in unserer Region generell leider nur sehr schwach ausgeprägt. Arbeitskräfte und Finanzmittel haben wir bisher nicht an andere Unternehmen weitergegeben.

2020 hat Sören Riechmann, einer der Geschäftsführer von visuellverstehen, in Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen aus Flensburg und Umgebung die Gruppe »NeueWirtschaft« initiiert. Dabei treffen sich Geschäftsführer\*innen und Gründer\*innen aus verschiedensten Branchen, um sich über relevante Themen auszutauschen und alternative Wirtschaftsmöglichkeiten zu diskutieren und gegebenenfalls umzusetzen. Gemeinwohl-Ökonomie ist hierbei ein wichtiges Element.

**Eigene Bewertung: 2 Punkte**

### D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Wir können bestätigen, dass wir komplett auf schädigendes und diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen verzichten. Wenn ein\*e Kund\*in sich für den Wechsel zu einer anderen Agentur entscheidet, stellen wir alle Daten zu Verfügung und übergeben diese.

**Keine Abzüge**

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

Wie groß die ökologischen Auswirkungen unserer Produkte und Dienstleistungen sind, ist schwer in Zahlen zu fassen. Auswirkungen ist insbesondere der Energieverbrauch, der bei unserer Arbeit für die Entwicklung und die Erstellung der Websites und der Nutzung von Software entsteht. Dazu kommt der Energieverbrauch bei unseren Kund\*innen, der durch die Nutzung unserer Dienstleistungen und Produkte anfällt. Bestehende Alternativen zu Markengestaltung und Websites gibt es derzeit nicht. Das Corporate Design, die Markenentwicklung und der Internetauftritt eines Unternehmens lassen sich derzeit nicht mit ökologisch günstigeren Alternativen erreichen. Worauf wir allerdings hierbei achten können und für uns selbst bereits tun, ist die Nutzung von Ökostrom und klimaneutrales Hosting. Es gibt außerdem die Möglichkeit die eigene Website klimaneutral z.B. über ClimatePartner zu stellen. Wir empfehlen unseren Kund\*innen auf Qualität zu setzen und ökologisch nachhaltige Alternativen zu verwenden, könnten allerdings gerade im Bereich der digitalen Aktivitäten noch stärker im Bereich von Green IT Beratung sein.

Wir gestalten Logo, Website und Websiteinhalte so, dass diese übersichtlich sind und schnell aufgerufen werden können. Theoretisch wird also zu einer effizienteren und somit ökologisch besseren Nutzung angeregt, allerdings sind wir uns bewusst, dass hier ein Rebound-Effekt entstehen kann, da es gleichzeitig oft das Ziel ist, unseren Kund\*innen eine größere Präsenz und Reichweite zu ermöglichen. Eine maßvolle Nutzung steht hier teilweise im Widerspruch.

Konsistenz, Effizienz und Suffizienz sind durch unsere Werte fest in unserem Geschäftsmodell verankert. Wir bemühen uns papierlos zu arbeiten. Wenn wir Papier nutzen, verwenden wir ausschließlich zertifiziertes Recyclingpapier und beraten auch unsere Kund\*innen dahingehend, weniger Papier zu nutzen und weniger Flyer/Visitenkarten zu bestellen. Von unnötigen Werbemitteln und -maßnahmen raten wir explizit ab. Ziel ist es, weniger Abfall zu erzeugen und suffizient zu arbeiten.

Ein Großteil der Kund\*innen-Kommunikation läuft über E-Mail und Telefon oder findet in digitalen Konferenzen statt. Gerade in 2020 haben wir unsere Dienstreisen stark reduziert. Allerdings sind wir auch darauf angewiesen, unsere Kund\*innen vor Ort zu besuchen, wodurch Emissionen entstehen. Es gibt jedoch nur wenige länger Fahrten über 50 km, da die meisten Kund\*innen in der Region angesiedelt sind. Bei längeren Fahrten werden alle Mitarbeitenden dazu angehalten, öffentliche Verkehrsmittel zu nutzen. Flugreisen werden nicht angegangen. Die gefahrenen Kilometer pro Jahr und den Verbrauch haben wir bisher nicht verfolgt. Das liegt unter anderem daran, dass die Fahrzeuge auch für private

Angelegenheiten von den Mitarbeitenden genutzt werden und so eine pauschale Umrechnung auf die Emissionen, die durch Kund\*innen-Besuche entstehen nicht möglich ist.

**Eigene Bewertung: 1 Punkt**

### D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

visuellverstehen kann bestätigen, dass es keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen gibt.

**Keine Abzüge**

### D4 Kund\*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

Unsere Branche basiert auf der Mitsprache und der Mitwirkung unserer Kund\*innen. Unsere Produkte sind in höchstem Maße auf jede\*n einzelne\*n unserer Kund\*innen individuell angepasst. Gute Produkte entstehen nur in enger Zusammenarbeit. Die Wünsche und Vorstellungen unserer Kund\*innen fließen direkt in die Produktentwicklung ein. Wir kommunizieren regelmäßig mit unseren Kund\*innen und holen Feedback ein. Gleichzeitig nehmen wir teilweise eine Beratungsfunktion ein, raten von Fehlentscheidungen ab, führen die gendergerechte Sprachform ein oder schlagen ökologisch nachhaltigere Alternativen vor. Impulse zu sozial-ökologischen Verbesserungen unserer Kund\*innen werden sehr gerne aufgenommen. Die Initiative »flensburg blüht« zählt zu einer unserer Kund\*innen. Wir unterstützen diese zusätzlich dadurch, dass wir Blühflächen der Initiative unseren Neukund\*innen schenken.

Da wir als Agentur Dienstleistungen anbieten und unsere Produkte hauptsächlich Websites, Corporate Design, Kampagnen, etc. sind, gibt es keine Inhaltsstoffe, die wir ausweisen könnten. Preislisten sind nicht öffentlich zugänglich. Da es sich um komplett individuelle Leistungen handelt, werden Angebote aufgrund von Aufwand und Kund\*innen-Wünschen individuell abgesprochen und die Rechnungen nutzenbasiert oder nach Aufwand gestellt. Bei uns steht der\*die Kund\*in im Mittelpunkt. Zunächst wird sich auf seine\*ihre Bedürfnisse konzentriert, die für uns einen höheren Stellenwert haben als der Preis. Die angebotenen Dienstleistungen finden unsere Kund\*innen auf unserer Website.

**Bewertung: 3 Punkte**

## D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen

visuellverstehen kann bestätigen, dass die Produkte keine Schadstoffe enthalten, die Kund\*innen und Umwelt belasten und auch keine schädlichen Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte entstehen.

### **Keine Abzüge**

## E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Die wesentlichen Produkte von visuellverstehen sind Kommunikation und digitale Anwendungen. Wir geben Unternehmen, Institutionen oder Vereinen Instrumente, Methoden und Mittel an die Hand, eine effektive, intelligente und qualitativ hochwertige Kommunikation zur ihren Kund\*innen, die sowohl ebenfalls Unternehmen als auch Privatpersonen sein können, herzustellen und zu pflegen. Unsere Produkte und Dienstleistungen erreichen Menschen im Privaten nur indirekt. Teilweise, wenn unsere Kund\*innen ebenfalls im B2B-Bereich tätig sind, kommen Privatpersonen gar nicht mit unseren Produkten und Dienstleistungen in Berührung.

Bei einer Digital- und Werbeagentur ist der Nutzen der Produkte und Dienstleistungen unbedingt direkt ersichtlich. Wir erfüllen durch unsere Produkte und Dienstleistungen keine lebensnotwendigen menschlichen Grundbedürfnisse wie Nahrung oder Sicherheit. Dennoch ist die Präsenz nach außen für Unternehmen, Initiativen, Vereine und andere Organisationen ein sehr wichtiger Faktor für deren Erfolg. Unsere Dienstleistungen tragen zur Autonomieentwicklung unserer Kund\*innen sowie zur Identitätsbildung und zum kreativen Schaffen bei – Grundbedürfnisse sieben, acht und neun nach Max Neef. Kommunikation ist seit jeher ein wichtiger Bestandteil unserer Kultur. Auch die Kommunikation über Produkte und angebotene Ware ist von großer Bedeutung in unserer heutigen Gesellschaft. Die digitale Kommunikation hat sich als essentiell für die meisten Unternehmen, auch für die meisten gemeinwohlorientierten Unternehmen, entwickelt. Durch die Entwicklung von Webseiten helfen wir unseren Kund\*innen ihre Werte, fachlichen Informationen und Botschaften auf eine ehrliche und wirksame Weise zu vermitteln.

Gestaltung und Design sind ein weiterer Teil unserer Arbeit. Von der Idee bis zur Umsetzung beinhalten unsere Projekte einen hohen Anteil an Kreativität und Ästhetik – Facetten, die in der heutigen Zeit oft untergehen oder unterschätzt werden. Wir beraten unsere Kund\*innen außerdem hinsichtlich ihrer Identität und Positionierung. Wir sehen es als Herausforderung an, unsere Produkte und Dienstleistungen so zu gestalten, dass diese professionell, aktuell

und nachhaltig sind. Webseiten, Logos und Designs sind so gestaltet, dass sie für eine lange Zeit das Unternehmen, die Institution oder das Projekt ganzheitlich repräsentieren und eine ehrliche und wirksame Kommunikation mit der jeweiligen Zielgruppe ermöglichen.

Darüber hinaus entwickeln wir digitale Anwendungen und Webapplikationen. Dabei geht es darum, Prozesse zu digitalisieren und bereits digitalisierte Prozesse zu vereinfachen. Ein Beispiel hierfür ist das Bestellsystem der Büchereizentrale Schleswig-Holstein (BZSH), die über hundert Büchereien mit Medien beliefert. Bisher wird einmal im Monat ein Katalog gedruckt, in welchem die BZSH Medien zusammenfasst, erklärt und empfiehlt. Die Büchereien wählen aus und bestellen per E-Mail oder Telefon. Zukünftig löst das ein komplett digitaler Prozess. Das System dahinter entwickeln wir. Die Nutzerfreundlichkeit wird stark verbessert, neue Funktionen wie automatische Empfehlungen oder Wunschlisten werden hinzugefügt. Durch das neue digitalisierte System ergeben sich hier sowohl ökonomische als auch ökologische Vorteile. Gerade bei dem Bereich Webentwicklung gehen wir von einem hohem Anteil an Mehrfachnutzen aus.

Wir schätzen die Umsatzverteilung unserer Produkte bzw. Dienstleistungen sowie deren Nutzen wie folgt ein:

<b>Produkt/ Dienstleistung</b>	<b>Anteil am Umsatz</b>	<b>Nutzensart</b>
Webentwicklung	49 %	1. Grundbedürfnisse: Autonomie 2. Mehrfachnutzen: ökonomischer und ökologischer Nutzen, Simplifizierung, Digitalisierung, Aktualität
Koordination	19 %	1. Grundbedürfnisse: Autonomie, Identität, Unterstützung 2. Mehrfachnutzen: Strukturierung, Autonomieentwicklung, Identitätsbildung
Design	18 %	1. Grundbedürfnisse: Identität, Kreatives Schaffen 2. Einfacher Nutzen: Präsenz, Gewinnung von Kund*innen und Teilnehmer*innen, Kommunikation
Text	6 %	1. Bedürfniserfüllung: Identität, Kreatives Schaffen, Verstehen 2. Einfacher Nutzen: Kommunikation, Verständnis
Sonstiges	8 %	Nicht definiert

Die UN-Entwicklungsziele sind bisher nicht explizit in unserer Unternehmenspraxis integriert. Einige Ziele decken sich aber mit Bestrebungen die wir unabhängig der UN-Entwicklungsziele verfolgen. Ob gesellschaftlich und ökologische Probleme durch unsere Arbeit gemindert werden, hängt von den Projekten ab. Diese können für uns als Dienstleister, wie oben bereits beschrieben, sehr unterschiedlich sein. Bei einem Projekt wie »flensburg blüht« sind

die ökologischen Ziele eindeutig. Bei einem Projekt wie »Mehr als Vergangenheit« stehen die gesellschaftlichen Ziele im Mittelpunkt. Wie schon erwähnt, achten wir bereits jetzt bei der Auswahl unserer Kund\*innen und Projekte auf deren Ausrichtung und Werte. Das wollen wir langfristig vertiefen, sodass durch unsere Arbeit direkt eine positive Wirkung auf Gesellschaft und Gemeinschaft entsteht.

Ein Teil unserer Arbeit ist das Sensibilisieren unserer Kund\*innen hinsichtlich sozialer und nachhaltiger Aspekte und die Beratung hin zu einem verantwortungsvollen Umgang mit Werbemitteln und Kommunikationsstrategien. Diesen Beratungsaspekt unserer Arbeit wollen wir in Zukunft intensivieren.

### **Eigene Bewertung: 1 Punkt**

## **E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen**

visuellverstehen kann bestätigen, dass keine menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen produziert oder verkauft werden.

### **Keine Abzüge**

## **E2 Beitrag zum Gemeinwesen**

Uns ist es wichtig, einen positiven Beitrag zum Gemeinwesen zu leisten und unsere Region zu stärken. Wir unterstützen regional engagierte Vereine und Organisation und ermutigen auch unsere Mitarbeitenden dies zu tun, indem wir ihnen Sonderurlaub für freiwilliges soziales Engagement gewähren. Wie bereits zuvor erwähnt, werden alle Mitarbeitenden dazu ermutigt, Pro-bono-Projekte vorzuschlagen. Bei solchen freiwilligen Projekten setzen wir unsere spezifischen Fähigkeiten und Ressourcen ein, um Initiativen oder Vereine mit sozialen oder nachhaltigen Zielen zu unterstützen. Dadurch, dass die Vorschläge für unterstützenswerte Projekte vielfach von den Mitarbeitenden kommen, wird sichergestellt, dass die Pro-bono-Projekte dem Gemeinwesen und nicht dem Eigeninteresse von visuellverstehen dienen. Viele der Pro-bono-Projekte begleiten wir bereits über einen längeren Zeitraum. Durch die lokale und kontinuierliche Unterstützung sind Wirkungen und Erfolge direkt sichtbar. Positive Auswirkungen für die Projekte und Initiativen durch unsere Arbeit sind zum einen die Sichtbarkeit und ein professionelles Auftreten und zum anderen die Aktualität. Dadurch steigen die Chancen für die Vereine/Projekte/Initiativen auf Förderungen, Partnerschaften oder Teilnehmende. Der Umfang der Pro-bono-Projekte ist in nachfolgender Tabelle dargestellt.

<b>Pro-bono-Projekte 2019/2020</b>	<b>Ungefährer Geldwert in €</b>
Flüchtlingshilfe Flensburg 2019	1.760 €
Flüchtlingshilfe Flensburg 2020	800 €
Förderverein Scheersberg 2019	880 €
Förderverein Scheersberg 2020	1.200 €
Kultur entfaltet Talent 2019	560 €
Kultur entfaltet Talent 2020	400 €
Lions Club Flensburg 2020	14.800 €
Turnverein Grundhof 2019	800 €
Turnverein Grundhof 2020	320 €
Barcamp Flensburg 2019	6.480 €
Barcamp Flensburg 2020	3.600 €
Sportpiraten Flensburg 2019	2.720 €
Sportpiraten Flensburg 2020	1.960 €
Sportjugend Schleswig-Flensburg 2020	2.080 €
folkBALTICA e.V. 2020	800 €

Zusätzlich fördern wir einige Vereine/Projekte/Initiativen durch Spenden, die sowohl Geld- als auch Sachspenden sein können. Diese sind ebenfalls nachfolgend aufgelistet:

<b>Getätigte Spenden 2019/2020</b>	<b>Geldwert in €</b>
Turnverein Grundhof von 1911 e. V.	1.250 €
Förderverein Scheersberg, Gemeinwohl-Ökonomie Nord e. V., Kultur entfaltet Talent e. V., Flüchtlingshilfe Flensburg e. V., folkBALTICA e. V., Sportpiraten Flensburg e. V., Kreisjugendring Sl-Fl, Turnverein Grundhof von 1911 e. V.	800 € (jeweils 100 €)
Chaoestreff Flensburg e. V.	250 €
Flüchtlingshilfe Flensburg e. V.	105,50 €
Sportpiraten Flensburg e. V.	550 €

Der Umfang unserer Spenden und Pro-bono-Projekte betrug 2020 ungefähr 1,6 % vom Gesamtumsatz.

Wir führen Steuern und Sozialabgaben in der üblichen Höhe ab. Von weiteren Leistungen machen wir nur Gebrauch, wenn diese unseren Mitarbeitenden Vorteile bringen oder ökologische höherwertige Praktiken unterstützen, z.B. Firmenfahrrad-Leasing.

Durch die Größe von visuellverstehen und die großen Mitbestimmung, die den Mitarbeitenden zusteht, sind Maßnahmen zur Korruptionsprävention derzeit nicht notwendig. Durch unsere Größe und Maßnahmen zur Transparenz stellen wir sicher, dass keine korruptionsfördernden Praktiken in unserem Unternehmen geschehen. Eine Zusammenarbeit mit Lobby- oder Interessenverbänden findet nicht statt.

Die Nettoabgabequote betrug im Jahr 2019 79,44 % und im Jahr 2020 71,92 %.

**Eigene Bewertung: 7 Punkte**

## **E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung**

Wir können bestätigen, dass wir keinerlei Praktiken betreiben, die der illegitime Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entziehen.

**Keine Abzüge**

## **E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention**

Wir können außerdem bestätigen, dass wir keine korruptionsfördernden Praktiken betreiben und dass sämtliche Lobbying-Aktivitäten offengelegt wurden.

**Keine Abzüge**

## E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Ökologische Nachhaltigkeit ist einer unserer grundsätzlichen Unternehmenswerte. Dennoch ist aufgrund der Unternehmensgröße bisher kein standardisiertes Umweltmanagement eingeführt. Trotzdem liegen wir hinsichtlich wesentlicher ökologischer Auswirkungen über dem Branchenstandard. Wir nutzen zu 100 % Ökostrom, betreiben Carsharing und verwenden Geräte mit geringem Verbrauch. Der Stromverbrauch lag 2019 bei 10.055 kWh. Unser Büro ist zum größten Teil papierlos. Wenn wir Papier nutzten, verwenden wir ausschließlich zertifiziertes Recyclingpapier. Wir achten auf Mülltrennung und sensibilisieren unsere Mitarbeitenden in diesem Bereich. Kaffeesatz wird bei uns beispielsweise separat zum Biomüll getrennt und von einem Mitarbeitenden weiter verwendet.

Der ökologische Fußabdruck haben wir bisher nicht berechnet und es existieren auch keine Umweltkonten. Da wir keine Produktion haben und stattdessen Dienstleistungen anbieten gibt es keine Produktlebenswege und entsprechenden Umweltauswirkungen, die wir dokumentieren können.

**Eigene Bewertung: 1 Punkt**

### E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

visuellverstehen verstößt weder gegen Umweltauflagen noch belastet das Unternehmen die Umwelt unangemessen.

**Keine Abzüge**

## E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Dies ist der erste Gemeinwohl-Bericht, der durch uns erstellt wird. Für die Erstellung des Berichtes wurde eine neue Stelle geschaffen, die durch eine Studentin des Masterstudiengangs Transformationsstudien besetzt wurde, um einen Blick von Extern auf die Unternehmensstrukturen und -tätigkeiten zu bekommen. Nach der Auditierung wird der Bericht auf unserer Internetseite veröffentlicht. Um schon während der Bilanzierung das gesellschaftliche Umfeld an den unternehmensinternen Prozessen teilhaben zu lassen, haben wir die Berichterstellung im Blog begleitet. Auch über alle anderen relevanten Vorgängen im Unternehmen berichten wir in unserem Blog über unsere Website. Hier sind wir recht aktiv und schreiben regelmäßig Artikel und Beiträge in folgenden Kategorien:

- Ausbildung: Hier berichten wir über Ausbildungen, Weiterbildungen und Praktika bei visuellverstehen.
- Fachbeitrag: Interessantes, branchenrelevantes Wissen oder Empfehlungen stellen wir bisweilen in Fachbeiträgen zur Verfügung.
- Meilenstein: Hier geht es um erreichte Ziele. Einerseits können das Geburtstage von visuellverstehen selbst sein oder auch Jubiläen unserer Mitarbeitenden.
- Pro bono: Sozial oder nachhaltig engagierte Initiativen, Projekte oder Vereine, die von uns unterstützt werden, werden hier vorgestellt.
- Schulterblick: Mit dem Schulterblick gegen wir allen Interessierten Einblicke in die Vorgänge innerhalb unseres Unternehmens. Neue Mitarbeitende werden hier vorgestellt und interne Geschehnisse (z.B. Gemeinwohl-Bilanzierung, Klausurtagungen, Weihnachtsfeier, etc. ) werden hier berichtet.
- Sponsoring: Über unser Sponsoring berichten wir in dieser Kategorie.
- Unterwegs: Wenn wir auf spannenden Konferenzen waren oder unternehmensinterne Ausflüge (z.B. eine Fahrradtour) gemacht haben, berichten wir in dieser Kategorie darüber.

Oft fordern wir unsere Leserschaft auf, uns Feedback zu geben oder uns bei Interesse direkt zu kontaktieren, um über Themen in einen Austausch zu treten. An Interessierte verschicken wir einen Newsletter mit Inhalten, die uns direkt betreffen.

Die Betriebsbilanz und der Jahresabschluss können im Bundesanzeiger eingesehen werden. Die Veröffentlichung der Gemeinwohl-Bilanz als nichtfinanzieller Unternehmensbericht ist für uns ein weiterer Schritt für mehr Transparenz und direktere Kommunikation. Es gibt generell relativ wenig öffentliches Interesse für unsere Dienstleistungen. Dennoch freuen wir uns über Feedback und nehmen dieses ernst.

**Eigene Bewertung: 3 Punkte**

## E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

visuellverstehen kann bestätigen, dass es keine falschen Informationen über das Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene verbreitet. Alle zur Verfügung gestellten Informationen berichten korrekt über die Unternehmenstätigkeiten und über den aktuellen Stand der Branche.

**Keine Abzüge**

## Ausblick

Ziel ist es innerhalb der nächsten beiden Jahre an Schwachstellen, die durch die Gemeinwohl-Bilanzierung aufgefallen sind, zu arbeiten. Nach der Berichterstellung wurden also gezielt Punkte definiert, die während des Prozesses aufgefallen sind, und an denen wir in Zukunft arbeiten möchten. Nachfolgend sind einige dieser Ziele aufgelistet.

### Kurzfristige Ziele

Ein Ziel hierbei ist die Anpassung unseres Leistungsportfolios. Wir möchten generell umfangreichere Lösungen anbieten und insbesondere auch eine Form von Green-IT Beratung mit aufnehmen.

Wir möchten den Umgang mit kritischen Daten neu überdenken. Bisher sind die Gehälter der Mitarbeitenden nicht einsehbar. Es wird derzeit mit allen gemeinsam diskutiert, wie wir dies und auch die Transparenz der Ausgaben in Zukunft handhaben wollen.

Ein weiterer Punkt, der von vielen Mitarbeitenden begrüßt wurde, ist die vermehrte Investition in ökologische Weiterbildungen. Dieses Thema soll in Zukunft vorangetrieben werden.

### Langfristige Ziele

Ein langfristiges Ziel ist es, in Zukunft einen elektrischen Fuhrpark einzurichten, von dem alle Mitarbeitenden sowohl während der Arbeitszeit als auch in ihren Privatleben profitieren können. Zu dem Fuhrpark sollen elektrische Roller sowie E-Bikes und eventuell auf lange Sicht auch ein E-Auto gehören. Ziel ist grade mit den E-Rollern und E-Fahrrädern Kund\*innen-Termine innerhalb Flensburg ohne Autofahrten wahrnehmen zu können.

Ein weiteres Ziel, dass wir uns für die Zukunft gesetzt haben, ist der Umzug in ein neues Büro. Gerade durch die veränderten Gegebenheiten in 2020 möchten wir hier umdenken und eine neue Arbeitsumgebung generieren, die möglichst offen, ökologisch nachhaltig und modern ist. Wir haben uns hier noch nicht festgelegt, da wir und gleichzeitig die Etablierung neuer Standorte und die Arbeit in Co-Working-Spaces vorstellen können. Insgesamt möchten wir uns zukunftsorientiert aufstellen, weiter denken und unseren Mitarbeitenden die jeweils für sie individuelle, perfekte Arbeitsumgebung bereitstellen.

Die Beteiligung der Mitarbeitenden an dem Unternehmen ist ebenfalls ein Punkt an dem wir arbeiten möchten. In welcher Form dies umgesetzt werden kann, ist heute noch unklar. Wir möchten aber die Möglichkeit von beispielsweise Mitarbeitendenanleihen in Betracht ziehen und hier gegebenenfalls aktiv werden.

## EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Eu COM 2013/207)

Der Gemeinwohl-Bericht kann zur nichtfinanziellen Berichterstattung gemäß EU-Richtlinie verwendet werden, welcher obligatorisch ab 500 Mitarbeitenden ist. Mit rund 20 Mitarbeitenden fallen wir nicht unter diese Richtlinie, sondern haben uns freiwillig für eine Berichterstattung nach GWÖ entschieden. Wir möchten dadurch unsere eigenen Unternehmensstrukturen und -prozesse hinterfragen und verbessern. Ziel ist es die Gemeinwohl-Ökonomie in Schleswig-Holstein voranzubringen und für ein alternatives Wirtschaftssystem einzustehen, in dem Unternehmen soziale und gesellschaftliche Verantwortung übernehmen.

## Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Für die Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz von visuellverstehen wurde Levke Schacht als Werksstudentin eingestellt. Levke Schacht studiert im Master Transformationsstudien an der Europa-Universität Flensburg. Eine Begleitung durch eine\*n GWÖ-Berater\*in fand nicht statt. Stattdessen wurden Gespräche mit Unternehmen im Norden geführt, die bereits eine Gemeinwohl-Bilanz erstellt haben. Zusätzlich wurde der Kontakt zur Regionalgruppe Nord gesucht und Informationen und Hilfestellungen eingeholt.

Für den Bilanzierungs-Prozess wurden Workshops zu jeder Berührungsgruppe durchgeführt. Zu Beginn der Bilanzierung wurde das gesamte Team von visuellverstehen über den Ablauf der Bilanzierung informiert. Jede\*r konnte sich für die Workshops anmelden, die ihn\*sie interessierten. Vor jedem Workshop wurden Informationen und Diskussionspapiere herumgeschickt und gegebenenfalls Umfragen durchgeführt. Jede\*r Mitarbeiter\*in war bei allen Treffen auch spontan willkommen. Meistens waren die Gruppen drei bis sechs Personen groß. Ca. 60 % der Mitarbeitenden haben sich bei den Treffen aktiv beteiligt. Während der Workshops zu den unterschiedlichen Berührungsgruppen ging es zunächst um die Aufnahme des Ist-Zustandes und das Zusammentragen aller notwendigen Informationen. Des Weiteren wurden im Laufe des Prozesses Ideen für eine verstärkte Gemeinwohl-Ausrichtung entwickelt.

Nach jedem Treffen wurden die Informationen in die Gemeinwohl-Matrix und den Bericht eingepflegt, der wiederum z.T. an die Beteiligten der Treffen zur Revision verschickt wurde. Während der gesamten Zeit waren alle wichtigen Informationen für jede\*n Mitarbeiter\*in gut strukturiert und jederzeit einsehbar auf dem Server gespeichert.

Um den Prozess auch für alle Externen transparent zu gestalten, haben wir die Bilanzierung im Blog begleitet und auch über unseren Newsletter verbreitet.

Der Bilanzierungs-Prozess startete Anfang September 2020. Der vorliegende Gemeinwohl-Bericht wurde Dezember 2020 erstellt. Levke Schacht war für vier Monate mit einer Teilzeitstelle von 20 Wochenstunden komplett mit der Erstellung betraut. Dazu kamen ca. 50 Workshop-Stunden. Nicht einberechnet ist hier die Zeit, die alle Mitarbeitenden für die Vor- und Nachbereitung der Workshops und für Recherche aufgebracht haben.

Datum: 14. Dezember 2020