

GEMEINWOHL-AUDIT-BERICHT

Christian Jensen Kolleg

Kirchenstr. 4-13, 25821 Breklum



Evaluierung und Auditbericht zum erstellten Gemeinwohl-Bericht nach Version 4.1

Berichtsperiode 2017 - 2018

Quellen:

GWÖ Bericht vom 15. Oktober 2018

Vor-Ort-Besuch in Berlin am 27.11.2018

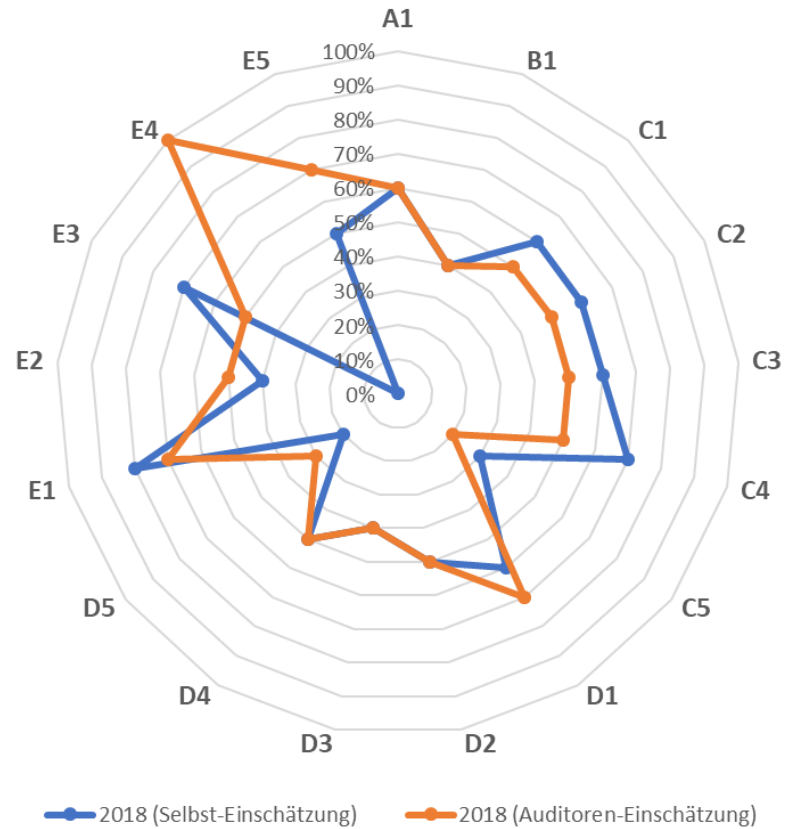
Website: <http://www.christianjensenkolleg.de/>

INHALTSVERZEICHNIS

Inhaltsverzeichnis	2
1. Übersicht der Punktbewertung	3
2. Management Summary	4
3. Detaillierter Auditbericht zu den Kriterien	5
A1 Ethisches Beschaffungswesen	5
B1 Ethisches Finanzmanagement	6
C1 Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung	7
C2 Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit	8
C3 Förderung ökologischen Verhaltens der Mitarbeitende	9
C4 Gerechte Einkommensverteilung	10
C5 Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz	11
D1 Ethische Kundenbeziehung	12
D2 Solidarität mit Mitunternehmern	13
D3 Ökologische Gestaltung Produkte & Dienstleistungen	14
D4 Soziale Gestaltung Produkte und Dienstleistungen	15
D5 Erhöhung der soz. + ökol. Branchenstandards	16
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Prod./Dienstl.	17
E2 Beitrag zum Gemeinwesen	18
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	19
E4 Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung	20
E5 Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung	21
3. Negativkriterien	22
Auditor/Innen	22

1. ÜBERSICHT DER PUNKTBEWERTUNG

Indikator	2018 (Selbst-Einschätzung)	2018 (Auditoren-Einschätzung)	Grafik Selbsteinschätzung / Auditoreneinschätzung
A1	60%	60%	
B1	40%	40%	
C1	60%	50%	
C2	60%	50%	
C3	60%	50%	
C4	70%	50%	
C5	30%	20%	
D1	60%	70%	
D2	50%	50%	
D3	40%	40%	
D4	50%	50%	
D5	20%	30%	
E1	80%	70%	
E2	40%	50%	
E3	70%	50%	
E4	0%	100%	
E5	50%	70%	
	Punkte: 511	Punkte: 528	



2. MANAGEMENT SUMMARY

Das Christian Jensen Kolleg hat mit diesem Bericht ihren zweiten Gemeinwohl-Bericht erstellt und diesen zum externen Audit eingereicht.

Der aktuelle Bericht wurde einem Audit der Gemeinwohlökonomie unterzogen und wird mit dem Audit-Testat zur Gemeinwohl-Bilanz (Gemeinwohl-Bericht inkl. Testat = Gemeinwohl-Bilanz).

Die Gemeinwohl-Bilanz zeigt auf, dass das Unternehmen eine stärkere Ausprägung auf die Berührungsgruppe „Gesellschaftliches Umfeld“ aufweist, gefolgt von den „Lieferanten“. Die Ausrichtung bei den Werten weist eine deutliche Ausprägung bei den Werten „soziale Gerechtigkeit“ und „Menschenwürde“ auf.

Das Ergebnis der 2. Gemeinwohl-Bilanz des Christian Jensen Kollegs beträgt 528 Punkte.

Das ist ein sehr gutes Ergebnis.

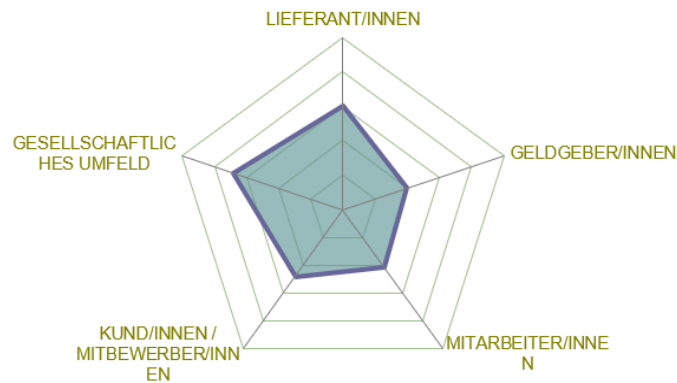


ABB. 2: BERÜHRUNGSGRUPPEN-STERN

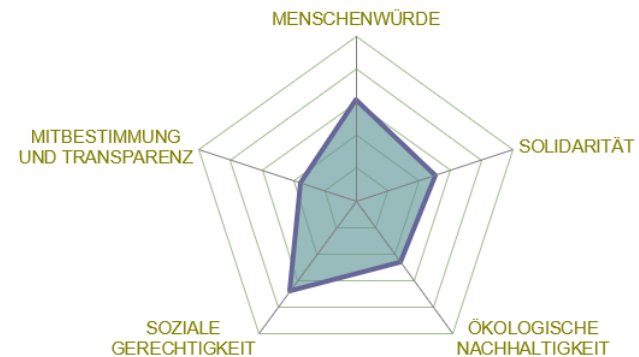


ABB. 1: WERTE-STERN

3. DETAILLIERTER AUDITBERICHT ZU DEN KRITERIEN

A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSWESEN	Selbsteinschätzung: 60%	X	Auditor*inneneinschätzung: 60%
---------------------------------------	--------------------------------	----------	---------------------------------------

Einordnung laut Handbuch: **ERFAHREN**

Regionale, ökolog. & soziale Aspekte höherwertiger Alternativen werden berücksichtigt (Relevanz hoch)	<ul style="list-style-type: none"> + Ein geschätzter Anteil von 65% des Wareneinkaufs stammt aus höherwertigen Alternativen. + Nahwärmekonzept Wärmelieferung CO2-neutral ab 2018. + Stromversorgung durch Greenpeace + Auslagerung der Server-Technik für den IT-Bereich wurde in Zusammenarbeit mit dem Kirchenkreis Nordfriesland + Enthärtungsanlage an der Spülmaschine installiert, um den Spülmittelverbrauch zu reduzieren + Gartenpflege findet durch die Husumer Werkstätten (Mitgliedsunternehmen der Diakonie Husum) zur Beschäftigung von Menschen mit Benachteiligungen. 	60%
Aktive Auseinandersetzung mit Risiken zugekaufter Produkte/ Dienstleistungen und Prozesse zur Sicherstellung (Relevanz mittel)	<ul style="list-style-type: none"> + Die jährliche Veranstaltungsreihe „Lust auf regionale Vielfalt“ mit Produzenten und Erzeugern von regionalen Produkten zu Präsentationsveranstaltung im Jensen Kolleg richtet sich auch an Gäste und Mitarbeiter. + Bei der Verwendung der Reinigungsmittel wird auf einen schonenden Umgang geachtet. + Die Bezugsquellen der Produkte und Dienstleistungen sollen klar ersichtlich sein. Von den Lieferanten und Dienstleistern wird ein Hinweis auf die Belieferung des CJK in deren Betrieben, Internetdarstellungen und Veröffentlichungen erwartet. + Es wird auf Zertifizierungen nach Viabono und die Nationalparkpartnerschaft geachtet. 	70%
Strukturelle Rahmenbedingung fairer Preisbildung (Relevanz niedrig)	<ul style="list-style-type: none"> + Von den Gesellschaftern wird eine stärkere Ausrichtung des Hauses in Richtung Gemeinwohlökonomie unterstützt. + Für den Wareneinkauf wurde das Budget um rund 7% erhöht. 	60%

B1 ETHISCHES FINANZMANAGEMENT	Selbsteinschätzung: 40%	<input checked="" type="checkbox"/>	Auditor*inneneinschätzung: 40%
--------------------------------------	--------------------------------	-------------------------------------	---------------------------------------

Einordnung laut Handbuch: ERFAHREN

Institutionalisierung (Relevanz hoch)	+ Das Christian Jensen Kolleg basiert auf evangelisch-christlichen Werten. Durch die Gesellschafter wird diese ethische Ausrichtung gefördert und auch erwartet. Daher unterliegt auch das Finanzmanagement den gleichen ethischen Anforderungen.	50%
Ethisch-nachhaltige Qualität des Finanzdienstleisters (Relevanz niedrig)	+ Die Evangelische Bank eG ist mehrheitlich auf ethisch-nachhaltige Finanzdienstleistungen spezialisiert.	60%
Gemeinwohlorientierte Veranlagung (Relevanz trifft nicht zu)	Es liegt keine Veranlagungen vor.	Trifft nicht zu
Gemeinwohl-orientierte Finanzierung (Relevanz niedrig)	Die Gesellschafter sind kirchliche Vertreter und die Gemeinde Breklum und damit Kapitalgeber ohne Mitarbeit im Unternehmen.	0%

C1 ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GLEICHSTELLUNG	Selbsteinschätzung: 60%	X	Auditor*inneneinschätzung: 50%
---	--------------------------------	----------	---------------------------------------

Einordnung laut Handbuch: ERFAHREN

Mitarbeiterorientierte Organisationskultur und -strukturen (Relevanz mittel)	+ Gesamtmaßnahmen sind etabliert und werden in Umsetzung und Wirkung evaluiert. Evaluationsergebnisse werden eingearbeitet und umgesetzt.	60%
Faire Beschäftigungs- und Entgeltpolitik (Relevanz mittel)	+ Die Beschäftigten werden nach Tariflohn der Kirche (Diakonie) bezahlt, dieser ist öffentlich und wird von den Tarifpartnern der Kirche vereinbart. + Für Stellenbesetzungen mit leitender Tätigkeit werden in der Regel Mitarbeitende angesprochen. + Die Mitarbeitenden erhalten eine zusätzliche Altersvorsorge (EZVK). Ab einer 10-jährigen Betriebszugehörigkeit weitere Gratifikationsleistungen (Tarifvertraglicher Bestandteil)	60%
Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung einschließlich Work-Life-Balance/ flexible Arbeitszeiten (Relevanz mittel)	+ Es wird 14tägig Betriebssport angeboten, dieser ist für alle Mitarbeitende offen. + Es gibt weitere Angebote zur betrieblichen Gesundheitsfürsorge. + Für mehr als 50% der Mitarbeitenden sind Teilzeitmodelle möglich.	24%
Gleichstellung und Diversität (Relevanz mittel)	+ Ca. 75% der Arbeitsbereiche sind barrierefrei zugänglich. + Die Tarifbindung sorgt für eine Gleichbezahlung von Frauen und Männern.	10%

C2 GERECHTE VERTEILUNG DER ERWERBSARBEIT	Selbsteinschätzung: 60%	X	Auditor*inneneinschätzung: 50%
---	--------------------------------	----------	---------------------------------------

Einordnung laut Handbuch: ERFAHREN

Senkung der Normalarbeitszeit (Relevanz hoch)	<ul style="list-style-type: none"> + Die Regelarbeitszeit beträgt 39h/Woche. Für die beiden Geschäftsführer gelten „all-inclusive-Verträge“. + Durch die Einstellung von zwei neuen Mitarbeitenden konnten die Überstunden im Jahr 2017 um 5,3% reduziert werden. + Während der betrieblichen Schließzeit im Dezember können die Mitarbeitenden wählen, ob sie Überstunden abbauen, Urlaub nehmen oder arbeiten wollen. 	30%
Erhöhung des Anteils der Teilzeit-Arbeitsmodelle und Einsatz von Zeitarbeit (bei äquivalenter Bezahlung) (Relevanz mittel)	<ul style="list-style-type: none"> + Es werden keine Zeitarbeitenden beschäftigt. + Mehr als 50% der Mitarbeitenden können in Teilzeit arbeiten. 	80%
Bewusster Umgang mit (Lebens-) Arbeitszeit (Relevanz mittel)	<ul style="list-style-type: none"> + Die tarifvertragliche Regelung, sieht vor, dass im Grundsatz die auszuzahlenden Mehrstunden alternativ am Jahresende in ein Zeitsparkonto fließen, können. + Es gibt ein Jahresarbeitskonto von dem kann am Ende des Jahres Stunden in das Zeitsparkonto übernommen werden. + Die Mehr Stunden können auf Antrag als zusätzliche freie Tage oder zur Auszahlung genutzt werden. Auch eine Verkürzung der Lebensarbeitszeit kann durch das Zeitsparkonto erfolgen. 	40%

C3 FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITENDE	Selbsteinschätzung: 60%	X	Auditor*inneneinschätzung: 50%
---	--------------------------------	----------	---------------------------------------

Einordnung laut Handbuch: ERFAHREN

Ernährung während der Arbeitszeit (Relevanz hoch)	<ul style="list-style-type: none"> + Rund 50% der angebotenen Lebensmittel sind vegetarisch bzw. vegan. + Rund 65% sind Bio. 	50%
Mobilität zum Arbeitsplatz (Relevanz hoch)	<ul style="list-style-type: none"> + Rund 25% kommen mit dem Fahrrad und rund 10% zu Fuß zur Arbeit. + Mitarbeitende können sich ein Fahrrad ausleihen. + Seit 2016 gibt es eine E-Tankstelle auf dem Campus für Gäste und Mitarbeitende, um eine CO²-neutrale Anreise per E-Mobil oder E-Bike zu unterstützen. 	40%
Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse (Relevanz mittel)	<ul style="list-style-type: none"> + Es finden regelmäßig Fortbildungen auch zu ökologischen Belangen statt. + Eine Mitarbeiterin wurde zum EE-Scout ausgebildet + Zweimal pro Jahr werden Fortbildungen für die Mitarbeitenden angeboten (durch das Nationalparkamt) + Im Sommer 2017 fand eine Betriebsbesichtigung im Biolandbetrieb Knoop statt. 	60%

C4 GERECHTE EINKOMMENSVERTEILUNG	Selbsteinschätzung: 70%	X	Auditor*inneneinschätzung: 50%
---	--------------------------------	----------	---------------------------------------

Einordnung laut Handbuch: ERFAHREN

Innerbetriebliche Bruttoeinkommensspreizung (Relevanz hoch)	+ Spreizungsfaktor 1:2,95	100%
Mindesteinkommen (Relevanz mittel)	+ 1.250,- (netto), zwei Mitarbeitende liegen darunter (FÖJ und BFD) Als living Wages wird im Rahmen der Gemeinwohl-Ökonomie ein Nettoeinkommen von 1.330,-€ angesetzt.	0%
Transparenz und Institutionalisierung (Relevanz niedrig)	+ Die Gehaltsstrukturen sind über den Tarifvertrag transparent.	10%

C5 INNERBETRIEBLICHE DEMOKRATIE UND TRANSPARENZ	Selbsteinschätzung: 30%	X	Auditor*inneneinschätzung: 20%
--	--------------------------------	----------	---------------------------------------

Einordnung laut Handbuch: FORTGESCHRITTEN

Grad der Transparenz (Relevanz mittel)	<ul style="list-style-type: none"> + Drei bis 4 Mal pro Jahr finden Mitarbeiterversammlungen statt (Inhalte sind Umsätze, Belegungsquoten, Betriebsergebnisse nach Aufstellung des Jahresabschlusses) + Für die Mitarbeitenden-Vertretung liegt der konkrete Stellenplan inkl. Vergütungsstrukturen offen 	60%
Legitimierung der Führungskräfte (Relevanz mittel)	<ul style="list-style-type: none"> + Über die Einstellung/Benennung von Führungskräften entscheidet die Geschäftsführung, die Mitarbeitervertretung hat hierbei ein Mitspracherecht. + Die Geschäftsführer werden durch den Aufsichtsrat gewählt, hierbei hat die Mitarbeitenden-Vertretung kein Mitspracherecht 	10%
Mitbestimmung bei Grundsatz- und Rahmenentscheidungen (Relevanz hoch)	<ul style="list-style-type: none"> + Grundsatzentscheidungen werden von der Geschäftsleitung in Abstimmung mit dem Aufsichtsrat getroffen. Die Mitarbeitenden werden hierüber informiert. + Bei der Umsetzung der Maßnahmen liegt es in der Entscheidungsgewalt der Geschäftsführung über die Einbeziehung der Mitarbeitenden bis hin zur Mitentscheidung zu zulassen. 	10%
Mit-Eigentum der MitarbeiterInnen/ unabhängige Stiftungen (Relevanz niedrig)	<ul style="list-style-type: none"> + Es handelt sich um eine gemeinnützige GmbH, die auf jährliche Zuschüsse angewiesen ist. Die gGmbH ist im Besitz kirchlicher und staatlicher Institutionen. <p>Es handelt sich um nicht Mitarbeitende Eigentümer</p>	0%

D1 ETHISCHE KUNDENBEZIEHUNG

Selbsteinschätzung: 60%

X

Auditor*inneneinschätzung: 70%

Einordnung laut Handbuch: VORBILDLICH

Gesamtheit der Maßnahmen für eine ethische Kundenbeziehung (ethisches Marketing + Verkauf) (Relevanz: hoch)	<ul style="list-style-type: none"> + Durch die Ausrichtung des CJK gehört ein auf christlichen Werten basierender Umgang mit allen Menschen zum Grundverständnis. + Zur Grundausrichtung gehört, dass sich das CJK dem weltweiten Prozess verpflichtet, der sich für Gerechtigkeit, Frieden und die Bewahrung der Schöpfung einsetzt 	80%
Produkttransparenz, Fairer Preis und ethische Auswahl der KundInnen (Relevanz: mittel)	<ul style="list-style-type: none"> + Die Produkttransparenz liegt über dem Branchendurchschnitt. Eine transparente Preiskalkulation und eine ethische Evaluation aller Kunden ist durch die Wertebasierte Ausrichtung gegeben. + Bei der ethischen Auswahl der Kund*innen werden Geschäftsbeziehungen zu Sekten, rechtsextremen Gruppierungen und Scientology abgelehnt. 	60%
Umfang der KundInnen-Mitbestimmung/ gemeinsame Produktentwicklung/ Marktforschung (Relevanz: mittel)	<ul style="list-style-type: none"> + Die Kund*innen-Mitbestimmung erfolgt über unterschiedliche Wege (Kund*innenbeirat, direkte Rückmeldungen von Kund*innen, Rückmeldungen aus der Gästebefragung, Beurteilungsbogen). 	70%
Service-Management (Relevanz: mittel)	<ul style="list-style-type: none"> + Das CJK ist über eine im Internet veröffentlichte Telefonnummer und Email-Adresse erreichbar. + Anmerkungen, Verbesserungsvorschläge und Beschwerden werden im Rahmen des bestehenden Qualitätsmanagements bearbeitet und beantwortet. 	60%

D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

Selbsteinschätzung: 50%



Auditor*inneneinschätzung: 50%

Einordnung laut Handbuch: ERFAHREN

Offenlegung von Informationen + Weitergabe von Technologie (25%)	<ul style="list-style-type: none"> + Im Rahmen der Kooperation der Evangelischen Häuser im Norden und in Deutschland bestehen Partnerschaften zur gegenseitigen Stärkung und zum Austausch. + Über ein internes Forum wird die Offenlegung finanzieller und technischer Informationen für die Mitgliedsbetriebe der Evangelischen Häuser im Norden ermöglicht (Themen sind Investitionen im technischen Bereich (Küche, IT), Personalbesetzungen und Marketingerfahrungen) 	30%
Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen und Finanzmitteln. Kooperative Marktteilnahme (50%)	<ul style="list-style-type: none"> + Kooperation im gesamten Geschäftsbereich + Bei Überbuchungen wird mit Hotel- & Gastronomie kooperiert. + Im Rahmen der Einkaufskooperation der Kirche findet ein gemeinsamer Einkauf statt (für einen preislichen Vorteil) 	40%
Kooperatives Marketing (25%)	<ul style="list-style-type: none"> + Das CJK kooperiert mit verschiedenen Akteuren (evangelische Häuser des Nordens, Nationalparkamt, Lieferanten und Dienstleistern). + Durch die Veranstaltungsreihe „Lust auf regionale Vielfalt“ ergibt sich für die Lieferanten und Produzenten ein gemeinsames Marketing, Plattform und eine gemeinsame Organisationsstruktur für Ihre Produktpalette. 	70%

D3 ÖKOLOGISCHE GESTALTUNG PRODUKTE & DIENSTLEISTUNGEN	Selbsteinschätzung: 40%	✓	Auditor*inneneinschätzung: 40%
--	-------------------------	---	--------------------------------

Einordnung laut Handbuch: ERFAHREN

Effizienz, Resilienz und Konsistenz. P/ D sind im ökologischen Vergleich zu P/DL von MitbewerberInnen bzw. Alternativen von gleichem Nutzen (Relevanz hoch)	<ul style="list-style-type: none"> + Das Unternehmen verfügt über eine klare, nachvollziehbare Strategie und erkennbare Maßnahmen zur Ökologisierung der Produkte / Dienstleistungen. + Hoher Anteil aus regionaler Herkunft (Reduzierung von CO2-Emissionen). Vollständiger Verzicht auf Einweg-Flaschen, Einsatz biologischer Bettwäsche. 	30%
Suffizienz: Aktive Gestaltung für eine ökolog. Nutzung und suffizienten Konsum (Relevanz mittel)	<ul style="list-style-type: none"> + Das Unternehmen fördert eine nachhaltige Nutzung aktiv durch bessere Konditionen und Services. + Durch die Mitfahrbörse (Für Kunden), Zurverfügungstellung von E-Bikes und den Transfershuttle zum nahe gelegenen Bahnhof werden die Anreise-Emissionen reduziert. + Seit 2016 gibt es eine E-Tankstelle auf dem Campus für Gäste und Mitarbeiter*innen, um eine CO²-neutrale Anreise per E-Mobil oder E-Bike zu unterstützen. + Die Mengen an Lebensmittel richten sich spezifisch nach den Anmeldezahlen, um Überkapazitäten zu vermeiden. + Im Winter werden nicht belegte Gebäudeteile gesperrt, um Energie zu sparen. + Die Tauschhütte auf dem Grundstück bietet die Möglichkeit Gebrauchsgegenstände ablegen, tauschen oder mitnehmen zu können. 	60%
Kommunikation: Aktive Kommunikation ökologischer Aspekte den KundInnen gegenüber (Relevanz mittel)	<ul style="list-style-type: none"> + Es werden explizite und umfassende Informationen über die ökologischen Aspekte der angebotenen Produkte und Dienstleistungen gegeben. + Sowohl im Hotelbereich, als auch in der Gastronomie und bei den Bildungsangeboten werden Informationen über ökologische Aspekte kommuniziert. 	30%

D4 SOZIALE GESTALTUNG PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN	Selbsteinschätzung: 50%	<input checked="" type="checkbox"/>	Auditor*inneneinschätzung: 50%
--	--------------------------------	-------------------------------------	---------------------------------------

Einordnung laut Handbuch: ERFAHREN

Erleichterter Zugang zu Informationen/Produkten/Dienstleistungen für benachteiligte KundInnen-Gruppen (Relevanz hoch)	+ Durch eine Vielzahl an Kommunikationswegen werden viele verschiedene Gruppen erreicht.	40%
Förderungswürdige Strukturen werden durch Vertriebspolitik unterstützt (Relevanz mittel)	+ Auf Anfrage erhalten sozial schwächer gestellte Personengruppen eine Preisreduzierung. + Besonders für Menschen mit körperlichen Einschränkungen sind mehrere Gebäude geeignet (Zertifizierung nach „Reisen für alle“). + Durch das ZMÖ werden ebenfalls finanzielle Förderungen angeboten.	60%

D5 ERHÖHUNG DER SOZ. + ÖKOL. BRANCHENSTANDARDS	Selbsteinschätzung: 20%	X	Auditor*inneneinschätzung: 30%
---	--------------------------------	----------	---------------------------------------

Einordnung laut Handbuch: FORTGESCHRITTEN

Kooperation mit MitbewerberInnen und Partnern in der Wertschöpfungskette (Relevanz hoch)	<ul style="list-style-type: none"> + Besonders im Hinblick auf die Wertschöpfungskette existieren regelmäßige, etablierte Mechanismen zur gemeinsamen Entwicklung höherer Standards. Die höheren Standards sind ein wesentlicher Bestandteil der Kommunikationspolitik des Unternehmens und fördern die Authentizität des Christian Jensen Kollegs. + So werden auf der jährlichen Veranstaltungsreihe „Lust auf regionale Vielfalt“ das Prinzip der Regionalwert AG und der Solidarischen Landwirtschaft besonders thematisiert. <p>Verbesserungspotential wird in einer gemeinschaftlichen Selbstverpflichtung mit Unternehmen der eigenen Branche gesehen.</p>	30%
Aktiver Beitrag zur Erhöhung legislativer Standards (Relevanz mittel)	<ul style="list-style-type: none"> + Über die Veranstaltungen zum Demokratiekolleg werden politisch engagierte Menschen aller Parteien eingeladen. <p>Verbesserungspotential wird in einem Engagement für Brancheninternes Engagement für höhere legislative Standards (z.B. mit der Branchenvertretung) gesehen.</p>	10%
Reichweite, inhaltliche Breite und Tiefe (Relevanz hoch)	<ul style="list-style-type: none"> + Innerhalb des Christian Jensen Kollegs werden zahlreiche ökologische und soziale Maßnahmen umgesetzt, die über dem Durchschnitt der Branche liegen. Es sind mehrere, wesentliche soziale oder ökologische Aspekte betroffen. Einen ersten Austausch gibt es mit Unternehmen aus dem kirchlichen Bereich. <p>Verbesserungspotential wird darin gesehen die eigenen umgesetzten Maßnahmen verstärkt in der eigenen Branche zu etablieren (z.B. über Kommunikation auf Branchentreffen oder ähnlichem).</p>	40%

E1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PROD./DIENSTL.	Selbsteinschätzung: 80%	X	Auditor*inneneinschätzung: 70%
---	--------------------------------	----------	---------------------------------------

Einordnung laut Handbuch: VORBILDLICH

Produkte/Dienstleistungen decken den Grundbedarf oder dienen der Entwicklung der Menschen/der Gemeinschaft/der Erde und generieren positiven Nutzen (Relevanz hoch)	<p>+ Der überwiegende Anteil der Produkte und Dienstleistungen decken Grundbedarf bzw. fördern die Entwicklung der Menschen und den Schutz der Ökologie und adressieren auch einen Großteil der UN Nachhaltigkeits-Entwicklungsziele. Der Schwerpunkt der Erfüllung menschlicher Grundbedürfnisse liegt bei den folgenden Grundbedürfnissen: Bildung (z.B. persönliche-, fachliche- Bewusstseinsbildung) Identität (z.B. Sprache, Religion, Tradition, Werte) Beziehung (z.B. partnerschaftliches Miteinander, Naturverbundenheit) darüber hinaus wird die Erfüllung weiterer menschlicher Grundbedürfnisse befördert.</p>	80%
Ökologischer und sozialer Vergleich der Produkte/Dienstleistungen mit Alternativen mit ähnlichem Endnutzen (Relevanz mittel oder hoch)	<p>+ Das Christian Jensen Kolleg ist hinsichtlich sozialer und ökologischer Aspekte wesentlich besser als der Branchendurchschnitt. Weitere Verbesserungen sind in Planung, die bei der nächsten Gemeinwohl-Bilanzierung mit betrachtet werden können.</p>	60%

Hinweis: Evtl. interessant für den Informations-Austausch, das Landgut Stober (nachhaltige Tagungs-, Event- und Hotellocation CO2-neutral und Bio-zertifiziert in Nauen/Brandenburg) ist ebenfalls ein GWÖ-bilanziertes Unternehmen.

E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

Selbsteinschätzung: 40%

X

Auditor*inneneinschätzung: 50%

Einordnung laut Handbuch: ERFAHREN

Leistungen (Relevanz hoch)	<ul style="list-style-type: none"> + Für die Veranstaltung „Tage der Utopie“ hat das Christian Jensen Kolleg einen Beitrag in Höhe von rund 15.000,-€ (0,9% des Jahresumsatzes) geleistet. Zusätzlich wird der Festsaal für bestimmte Konzerte zu einem Sonderpreis zur Verfügung gestellt (bisher ohne geldwerte Schätzung). + Im Zeitraum der Flüchtlingskrise wurde für Menschen in Not ein Gebäude zur Verfügung gestellt. * 	30%
Wirkungen (Relevanz hoch)	<ul style="list-style-type: none"> + Die Veranstaltung „Lust auf regionale Vielfalt“ ist ein Beispiel für die positiven Wirkungen auf KonsumentInnen und wie sie durch ihr Verhalten nachhaltig wirksam werden können. Es finden Wirkungen in mehreren Feldern statt. <p>Verbesserungspotential wird in der Messung der Wirksamkeitserfassung gesehen, z.B. mit Hilfe eines Fragebogens zum Ende der Veranstaltung an die TeilnehmerInnen im Hinblick auf das bisherige Einkaufsverhalten und auf das geplante Einkaufsverhalten. Dies z.B. als Selbsteinschätzung zum bisherigen Einkaufsverhalten und zum geplanten Einkaufsverhalten (in %-Anteilen am Einkauf z.B.: regional, saisonal, Bio, fair gehandelt). Damit kann eine Bewusstseinsbildung erkannt werden.</p>	60%
Intensität (Relevanz niedrig)	<ul style="list-style-type: none"> + Im Rahmen des geschäftlichen Auftrags und der Zertifizierung als Bildungszentrum für Nachhaltige Entwicklung (seit 2009) sind Veranstaltungen zu Themen der Nachhaltigkeit Teil des Geschäftszwecks und werden regelmäßig angeboten. 	100%

*Hinweis: Unter D2 war die Unterbringung von Menschen in Not erwähnt. Als eine gesellschaftliche Leistung wird dies hier unter E2 berücksichtigt.

E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

Selbsteinschätzung: 70%

X

Auditor*inneneinschätzung: 50%

Einordnung laut Handbuch: ERFAHREN

Absolute Auswirkungen (Relevanz mittel)	<ul style="list-style-type: none"> + Das Unternehmen kennt die ökologischen Auswirkungen durch Nutzung seiner Produkte und Dienstleistungen und die Herkunft seiner Hilfsstoffe und Produktionsmittel. Regelmäßig werden Analysen durch externe Zertifizierer durchgeführt, die sich einer OEF-Analyse annähern (OEF-Guide Punkte 6-9). + Innerhalb des Berichtszeitraums wurden verschiedene Maßnahmen zur Energieeinsparung vorgenommen (Strom und Wärme). <p>Eine Veröffentlichung der Zertifizierungen (Viabono und Inspektour) und die Entwicklung der Umweltauswirkungen waren auf der eigenen Website nicht zu finden. Hierin liegt ein Verbesserungspotential in der Kommunikation und Außenwirkung.</p>	50%
Relative Auswirkungen: Im Branchenvergleich liegt das Unternehmen bzgl. Stand der Technik und Gesetzesvorgabe... (Relevanz hoch)	<ul style="list-style-type: none"> + Die gesamte Anlage befindet sich in einem technisch modernen Zustand und verfügt über verschiedene Möglichkeiten der Energieoptimierung. + Das Christian Jensen Kolleg scheint hinsichtlich wesentlicher ökologischer Auswirkungen über dem Branchendurchschnitt mit klar erkennbaren Maßnahmen zur Verbesserung zu liegen. <p>Eine Veröffentlichung der Energieverbräuche konnte bisher nicht auf der Website gefunden werden. Daher ist ein Vergleich der Entwicklung zum Vorjahr oder zu anderen Unternehmen nicht möglich. Eine aufbereitete Darstellung der Entwicklung wird hier ebenfalls als Verbesserungspotential gesehen.</p>	50%
Management und Strategie (Relevanz hoch)	<ul style="list-style-type: none"> + Das CJK erhebt zu seinen Umweltkonten entsprechend Kennzahlen und verfügt über Optimierungs- und Reduktionsstrategien. <p>Ein Umweltmanagementsystem ist aktuell nicht implementiert.</p>	60%

E4 GEMEINWOHLORIENTIERTE GEWINNVERTEILUNG	Selbsteinschätzung: 0%	X	Auditor*inneneinschätzung: 100%
--	-------------------------------	----------	--

Einordnung laut Handbuch: Vorbildlich

Außenausschüttung (Relevanz hoch)	+ Das Christian Jensen Kolleg ist von Gründung an so aufgestellt, dass es keine Gewinne erwirtschaftet, sondern einen gesellschaftlichen Auftrag erfüllt und dafür Unterstützung durch die Gesellschafter erhält. Eine Außenausschüttung findet nicht statt.	100%
Gemeinwohlorientierte Gewinnverwendung an „Arbeit-Gebende“, Stärkung des Eigenkapitals sowie ökosoziale Reinvestitionen (Relevanz hoch)	+ Die gesamten Einnahmen und die Unterstützung durch die Gesellschafter werden für Investitionen, die Gehälter und die Entwicklung des Christian Jensen Kollegs verwendet. Da keine Gewinne erwirtschaftet werden trifft dieser Subindikator nicht zu	Nicht zutreffend

E5 GESELLSCHAFTLICHE TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG	Selbsteinschätzung: 50%	X	Auditor*inneneinschätzung: 70%
---	--------------------------------	----------	---------------------------------------

Einordnung laut Handbuch: VORBILDLICH

Transparenz Umfang GWÖ-Bericht (Relevanz hoch) Oder: GRI-Level Verifizierung	+ Während des Berichtszeitraums wurde die erste Gemeinwohl-Bilanz auf der Website des Jensen Kolleg veröffentlicht. Die Gemeinwohl-Bilanz liefert detaillierte Beschreibung jedes Subindikators. Zusätzlich gab es mehrere Veranstaltungen zu Themen der GWÖ.	80%
Mitbestimmung Art der Mitbestimmung und Dokumentation (Relevanz hoch)	+ Über die Gesellschafter (kirchliche und aus der lokalen Gemeinde) besteht eine direkte gesellschaftliche Mitbestimmung über die Tätigkeiten des Christian Jensen Kolleg. + Die Entscheidungen werden nach Mehrheitsentscheidung getroffen.	60%
Mitbestimmung Umfang der Mitbestimmung und einbezogene Berührungsgruppen (Relevanz mittel)	+ Es findet eine regelmäßige Einbeziehung bei wichtigen Themen und strategischen Entscheidungen der wichtigsten Berührungsgruppen statt.	60%

3. NEGATIVKRITERIEN

NEGATIVKRITERIEN	Selbsteinschätzung 0%	<input checked="" type="checkbox"/>	Auditor*inneneinschätzung 0%
-------------------------	------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------

N1 – N17	Negativ-Indikatoren werden nicht erfüllt.	0%
-----------------	---	-----------

AUDITOR/INNEN



Nils Wittke



Wir@beraten-nachhaltig.de

Datum: 20. Dezember 2018