WOODEN VALLEY

WoodenValley gGmbH

Gemeinwohl-Bericht 2023 - 2024

Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Informationen zum Unternehmen 5

Kurzpräsentation des Unternehmens 5

Das Unternehmen und Gemeinwohl 7

Testat 9

Lieferant*innen 10

Allgemeine Beschreibung der Berührungsgruppe 11

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette 13

A1.1 Menschenwürde in der Zulieferkette 13

A1.2 Negativ-Aspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette 24

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette 25

A2.1 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette 25

A2.2 Negativ-Aspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen 29

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette 30

A3.1 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette 30

A3.2 Negativ-Aspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette 32

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette 33

A4.1 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette 33

Eigentümer*innen, Eigenkapital- und Finanzpartner*innen 38

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln 39

B1.1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln 39

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln 43

B2.1 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln 43

B2.2 Negativ-Aspekt: Unfaire Verteilung von Geldmitteln 46

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung 47

B3.1 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung 47

B3.2 Negativ-Aspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen 50

B4 Eigentum und Mitentscheidung 52

B4.1 Eigentum und Mitentscheidung 52

B4.2 Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahme 54

Mitarbeitende und Arbeitspartner*innen 56

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz 57

C1.1 Menschenwürde am Arbeitsplatz 57

C1.2 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen 60

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge 61

C2.1 Ausgestaltung der Arbeitsverträge 61

C2.2 Negativ-Aspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge 63

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden 64

C3.1 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden 64

C3.2 Negativ-Aspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens 66

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz 67

C4.1 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz 67
C4.2 Negativ-Aspekt: Verhinderung des Betriebsrates 69
Kund*innen und Geschäftspartner*innen 70
Allgemeine Beschreibung der Berührungsgruppe 71
D1 Ethische Kund*innenbeziehungen 73
D1.1 Ethische Kund*innenbeziehung 73
D1.2 Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen 76
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen 77
D2.1 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen 77
D2.2 Negativ-Aspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen 81
D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen 82
D3.1 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen 82
D3.2 Negativ-Aspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen 84
D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz 86
D4.1 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz 86
D4.2 Negativ-Aspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen 88
Globale Gemeinschaft, Natur und Lebewesen 90
Allgemeine Beschreibung der Berührungsgruppe 91
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen 93
E1.1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen 93
E1.2 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen 99
E2 Beitrag zum Gemeinwesen 101
E2.1 Beitrag zum Gemeinwesen 101
E2.2 Negativ-Aspekt: Illegitime Steuervermeidung 103
E2.3 Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention 104
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen 106
E3.1 Reduktion ökologischer Auswirkungen 106
E3.2 Negativ-Aspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen 108
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung 110
E4.1 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung 110
E4.2 Negativ-Aspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation 111
Ausblick 113
Kurzfristige Ziele 113
Langfristige Ziele 113
EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Richtlinie zur nichtfinanziellen Berichterstattung nach 2014/95/EU) 113
Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz 114
Anhang 115
Anhang 1: Anmerkungen zu Angaben im GWB-Rechner 115
A Lieferant*innen 115
B Eigentümer*innen, Eigenkapital- und Finanzpartner*innen 115
C Mitarbeitende und Arbeitspartner*innen 116
D Kund*innen und Geschäftspartner*innen 116

E Globale Gemeinschaft, Natur und Lebewesen 117
Anhang 2: Liste der Anlagen und Referenzen 118

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname	WoodenValley gGmbH
Rechtsform	gGmbH
Eigentum- und Rechtsform	in Verantwortungseigentum
Website	www.woodenvalley.de
Branche	F - Baugewerbe
Firmensitz	Stuttgart, Deutschland
Bilanztyp	Kompaktbilanz nach Gemeinwohl-Matrix 5.0.1
Berichtszeitraum	01.01.2023 bis 31.12.2024
Gesamtanzahl der Mitarbeitenden	12,5 Personen
Vollzeitäquivalente	5,89 FTE
Saison- oder Zeitarbeitende	0 Personen
Umsatz	23.347 € 2024 Zweckbetrieb: 23.347,- € (davon 23.347,- € Umsatzerlöse) 2023 Zweckbetrieb: 39.533,- € (davon 3.200,- € Umsatzerlöse)
Jahresüberschuss	0 € In den Geschäftsjahren 2023 und 2024 wurde von der WoodenValley gGmbH **kein wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb im Sinne der Abgabenordnung** geführt. Alle Einnahmen und Ausgaben sind den Bereichen **Ideeller Tätigkeitsbereich** oder **Zweckbetrieb** zugeordnet. Ein separater wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb wurde weder rechtlich aktiviert noch im Jahresabschluss ausgewiesen. Entsprechend ergibt sich für beide Jahre ein Gewinn (EBIT) des wirtschaftlichen Geschäftsbetriebs von **0,00 €**. (Diese Werte beziehen sich auf das letzte vollständige Geschäftsjahr 2024.)
Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen	

Kurzpräsentation des Unternehmens

Willkommen. Schön dass ihr vorbeischaut und Interesse an unserer GWÖ-Bilanz habt.

WoodenValley ist eine gemeinnützige GmbH in Verantwortungseigentum mit einem interdisziplinären Team aus 10-12 Expert*innen aus den Bereichen Data Science, Architektur, Cultural Engineering, Ingenieurs- und Sozialwissenschaften sowie

Pädagogik. Unser Ziel ist es, regenerative, zirkuläre und messbar nachhaltige Lösungen für die Bau- und Bildungsbranche zu entwickeln.

Unsere Vision ist eine Welt, in der regeneratives Bauen, partizipatives Handeln und verantwortungsvolles Denken selbstverständlich sind.

Unsere Mission ist es, Menschen und Organisationen zu befähigen, klimapositiv zu bauen.

Um Euch ein Verständnis von unserem Unternehmen zu vermitteln, könnt Ihr hier auch einen Kurzfilm über WoodenValley schauen.

In unserer Forschungsebene

entwickeln wir datengetriebene Lösungen für klimapositives Bauen. Als Forschungspartner*innen begleiten wir Projekte mit Auftragsforschung und treiben Innovationen in den Bereichen dynamische Ökobilanzierung, Kreislaufwirtschaft und CO_2-Speicherung voran. Unsere Forschungsschwerpunkte:

- Lebenszyklusanalysen (LCA) – Schwachstellen identifizieren & weiterentwickeln.
- CO_2-Speicherlösungen – Handelbare CO_2-Zertifikate & nachhaltige Wertschöpfungsketten.
- Materialinnovation & ReUse – Zirkuläre Baustoffe und nachhaltige Bauprozesse.
- Data Analytics & Digitalisierung – Smarte Methoden für die Bauwende.

Aktuelle Forschungsprojekte:

- GEFION: Ein Forschungsprojekt zur nachhaltigen Optimierung von Bauprozessen durch Lebenszyklusanalysen (LCA). Es untersucht, wie kreislaufgerechte Materialströme und ressourcenschonende Bauweisen die Umweltbilanz verbessern können.
- TYR: Entwickelt eine strukturierte Methodik zur CO_2-Speicherung durch handelbare CO_2-Speicherzertifikate, prüft die Wiederverwendbarkeit von Materialien und verbreitet den Holzbau als klimapositive Lösung.

In unserer Bildungsebene

fragen wir uns: Wie können wir klimapositives Bauen, Kreislaufwirtschaft und zukunftsfähige Materialien verständlich, praxisnah und inspirierend vermitteln? Mit unseren Bildungsangeboten – mit oder ohne den Einsatz von w∞d.ii – machen wir nachhaltiges Wissen erlebbar. w∞d.ii ist unser Werkzeug für regeneratives Bauen und verantwortungsvolles Denken. Ob Workshops, Seminare, Vorträge, Open-Source-Konzepte für Lernräume oder BNE-Programme für Bildungseinrichtungen – wir bieten Formate, die zum Handeln befähigen und Transformation ermöglichen.

Aktuelles Bildungsprojekt:

w∞d.ii ist das mobile Cradle to Cradle -Reallabor für eure Schule, Uni, Projekt oder Unternehmen. Ein zirkulär gebautes Tiny House für Workshops und Lerneinheiten, in denen unsere Zukunft und das Leben als Teil der Biosphäre im Mittelpunkt stehen. Begleitend dazu bietet das Team von WoodenValley thematische Workshops rund um Materialoptimierung, Leistungsphase 0 und digitale Prozesse wie Lebenszyklusanalysen (LCA) und Building Information Modeling (BIM). Immer mit Fokus auf das Gemeinwohl und auf Basis der Gemeinwohlökonomie. Und real erfahrbar im und am w∞d.ii. Erfahre mehr hier:

woodenvalley.de/woodii

In unserer Praxisebene

begleiten wir Bau- und Sanierungsprojekte von der ersten Idee bis zur Umsetzung. Mit strategischer Prozessbegleitung in der Leistungsphase 0, unserem ECOnGOOD

Building Canvas, datenbasierter Ökobilanzierung und zirkulären Baukonzepten machen wir klimapositives Bauen planbar – und realisierbar.

Produkte / Dienstleistungen

Produkt / Dienstleistung	Anteil am Umsatz (in %)
Forschung	60
Bildung	35
Praxis	5

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Welchen Bezug hat Ihr Unternehmen zur Gemeinwohl-Ökonomie?

Die Werte von WoodenValley sind eng mit den Prinzipien der Gemeinwohl-Ökonomie verbunden: Menschenwürde, Solidarität, ökologische Nachhaltigkeit, soziale Gerechtigkeit, demokratische Mitbestimmung und Transparenz.

Gemeinwohlorientierte Unternehmensstruktur
WoodenValley ist nicht profitorientiert, sondern rein zweckgebunden. Alle Einnahmen fließen zurück in die Mission, nachhaltige Forschung, Bildung und Projekte im Bereich des zirkulären und regenerativen Bauens zu fördern.
Dank des rechtlich verankerten Verantwortungseigentums ist die Organisation dauerhaft frei von externen Profitinteressen und damit langfristig unabhängig.

Unser Wert *Verantwortungsvoll handeln* spiegelt sich hier besonders wider: Wir übernehmen Verantwortung für unser Tun – von der Ressourcenauswahl bis zu unseren Organisationsstrukturen. So leben wir Transparenz und ökologische Nachhaltigkeit.

Anwendung der GWÖ-Prinzipien in Forschung, Bildung und Praxis
Die Bildungssäule – etwa das Projekt *w∞d.ii* – wurde mithilfe des GWÖ EconGood Canvas entwickelt, um die Werte der GWÖ systematisch in Bildungsangebote einzubetten.
In der Forschung setzt WoodenValley auf ganzheitliche Lebenszyklusanalysen und CO_2-Bilanzierungen, um fundierte und nachhaltige Entscheidungen zu ermöglichen.
In Praxisprojekten unterstützt WoodenValley die Baubranche dabei, Kreislaufwirtschaft und GWÖ-Prinzipien zu verankern – beispielsweise durch die Anwendung des EconGood Canvas in der Phase 0 von Bauprojekten.

Hier zeigen sich unsere Werte *Wertschätzung & Partizipation* sowie *Engagement*: Wir schaffen Räume, in denen jede Stimme zählt, und setzen uns leidenschaftlich für eine nachhaltige Transformation ein. Indem wir Wissen und Ressourcen teilen, leben wir Solidarität und tragen zu sozialer Gerechtigkeit bei.

Weiterentwicklung der GWÖ in der Baubranche
WoodenValley trägt dazu bei, die GWÖ im Bauwesen zu etablieren, indem deren Kriterien konkret in Bauprojekte und -prozesse integriert werden.
Durch Bildungs- und Forschungsinitiativen sensibilisieren wir Akteur*innen der Branche für die Notwendigkeit einer sozial und ökologisch verantwortlichen Wirtschaftsweise.

Dies entspricht unseren Werten *Einfühlsam sein* und *Regenerativ wirtschaften*: Wir begegnen Partner*innen empathisch, gehen auf ihre Bedürfnisse ein und gestalten unser Wirtschaften so, dass es Natur und Gesellschaft bereichert. Unser Handeln trägt aktiv zu einer lebenswerten, regenerativen Zukunft bei.

Welche Aktivitäten bzw. welches GWÖ-Engagement gab

Aktivitäten und GWÖ-Engagement im Jahr 2024:

es im letzten Jahr vor der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz?

Praxisintegration der GWÖ

WoodenValley hat das GWÖ EconGood Canvas in der Phase 0 eines Bauprozesses angewendet und damit die GWÖ-Kriterien direkt und praxisnah in die Baubranche übertragen.

Transparenz und Verantwortung
Im Projekt w∞d.ii wurde das Canvas systematisch eingesetzt, wodurch die gesamte Bildungssäule auf den Prinzipien der Gemeinwohl-Ökonomie ausgerichtet ist. Dieses Vorgehen war ausschlaggebend für die erfolgreiche Fördermittelakquise.
Darüber hinaus wurde ein Ressourcengebäudepass für w∞d.ii erstellt, der Chancen und Grenzen des Projekts transparent macht und zeigt, wie Werkzeuge zur klimafreundlichen Bauweise eingesetzt werden können.

Bildung und Aufklärung
Mit einer Roadshow und einem Prototypen von w∞d.ii war WoodenValley 2024 auf zahlreichen Veranstaltungen präsent – unter anderem mit Partner*innen wie der GLS Bank und der Cradle to Cradle NGO. Dabei wurde über die negativen Folgen konventionellen Bauens informiert und für regenerative Alternativen sensibilisiert.

Inspiration für andere Organisationen
Durch zahlreiche freiwillige und unentgeltliche Beiträge – darunter Interviews, Vorträge und die Mitwirkung an Masterarbeiten – hat WoodenValley sein Wissen geteilt und andere Organisationen ermutigt, GWÖ-orientierte Ansätze in ihre Praxis zu integrieren.

Öffentlicher Dialog und Transparenz
Über Social Media, die Website und den Newsletter lädt WoodenValley kontinuierlich dazu ein, über zukunftsfähige Wirtschaft und Organisationsentwicklung nachzudenken und mitzudiskutieren. Gleichzeitig wird hier Transparenz über interne Prozesse geschaffen und so das eigene Handeln für die Öffentlichkeit nachvollziehbar gemacht.

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

Robert Böker
robert@woodenvalley.de

Testat

ERGEBNIS
Peer Evaluation

gültig bis **30.11.2027**

Dokument-ID **vi009**

ECOnGOOD Bilanz

WoodenValley gGmbH

Quellenstraße 7a, DE 70376 Stuttgart

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

Der International Federation for the Economy for the Common Good e.V. bestätigt dieses Ergebnis der Peer-Evaluation des ECOnGOOD-Berichts.

Die Berichte basieren auf Basis der GWÖ Matrix 5.
Die Peerevaluation wurde begleitet von:
Tim Weinert
Matthias Rausch

Folgende Organisationen nahmen am Peerprozess teil:
- Teckwerke Bürgerenergie e.G., Kirchheim u. Teck
- Praxis Schneeweiß Ergotherapie, Bissingen an der Teck
- Sicherheitsakademie Steiner GmbH, Esslingen
- Institut für Auslandsbeziehungen, Stuttgart

BILANZSTUFE: erfahren

Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf www.econgood.org

Hamburg, 02.12.2025

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

federation-accounting@econgood.org
Amtsgericht Hamburg, VR 24207

Gus Hagelberg
Executive Director

Markus Müllenschläder
Executive Director

Berührungsgruppe A

Lieferant*innen

Allgemeine Beschreibung der Berührungsgruppe

Allgemeine Beschreibung – Berührungsgruppe A: Lieferant*innen

Die Auswahl unserer Lieferant*innen erfolgte – insbesondere in der Startup-Phase – in einer ausgewogenen Balance zwischen pragmatischer Machbarkeit und sorgfältig formulierten ökologischen sowie sozialen Werten. Diese Werte wurden zu Beginn unserer Organisation mit externer Begleitung entwickelt und bilden, ergänzt durch kontinuierliche Weiterentwicklung in unserer Organisationskultur, bis heute die Grundlage unserer Beschaffungsentscheidungen.

Zentrales Kriterium für jegliche Beschaffung sind dabei die Cradle-to-Cradle-Prinzipien. Sie bilden den Maßstab für Materialwahl, Produktgestaltung und Dienstleistungsentscheidungen. Ihre detaillierte Definition und praktische Anwendung wird in Berührungsgruppe E näher beschrieben.

Die dahinterliegende Cradle to Cradle-Denkschule verstehen wir nicht allein als technisches Konzept, sondern als eine Haltung: Sie fordert uns heraus, Produkte und Prozesse nicht in linearen Abläufen zu denken, die irgendwann im Abfall enden, sondern als lebendige Kreisläufe, in denen alles, was entsteht, wiederum Nährstoff für Neues wird. Diese Sichtweise erweitert unseren Blick von reiner Effizienz hin zu Sinn, Verantwortung und Regeneration – und ermutigt uns, Beschaffung nicht nur als ökonomische Entscheidung, sondern auch als pädagogischen Prozess des Lernens und als philosophische Einladung zum Umdenken zu begreifen.

Die Mehrheit unserer Lieferant*innen hat ihren Sitz in Deutschland. Dies unterstützt die Einhaltung menschenwürdiger Arbeitsbedingungen und minimiert soziale Risiken in der ersten Zulieferstufe.

Einige der relevantesten Partner*innen in der Lieferkette:

- **Hauptsache Tiny (HT) –** Hauptlieferant für Bau und Umsetzung von w∞d.ii, ausgewählt nach klaren Nachhaltigkeits- und Qualitätskriterien wie ökologische Bauweise, ressourcenschonende Materialwahl, handwerkliche Qualität und faire Arbeitsbedingungen.
- **Wir Bauen Zukunft eG (WBZ) –** Genossenschaft in Mecklenburg-Vorpommern, die regenerative Lebensweisen, Gemeinschaftsbildung und permakulturelle Praxis fördert; enge Verbundenheit durch verschiedene Kooperationen und persönliche Mitgliedschaft.
- **C2C NGO** – fördert Cradle-to-Cradle-Prinzipien in Wirtschaft, Wissenschaft und Bildung und ist Partner*in in unserem Projekt w∞d.ii.
- **Neupitz GmbH** – bietet einen Rückzugsort für kreative Ideen, ist Mitglied im Zukunftsorte Verein und hat unsere Expertise für die bauliche Entwicklung genutzt.
- **Wizemann Space / Impact Hub Stuttgart** – Coworking- und Eventort für soziale Innovation und nachhaltige Wirtschaft, mit gegenseitiger Unterstützung im Hub-Alltag.
- **105Viertel Impact Hub GmbH** – gemeinnützige Initiative für lebenswerte Hamburger Stadtteile, nun Teil des Impact-Hub-Netzwerks.
- **Inoio GmbH** – kleine Software-Beratungsfirma mit Fokus auf nachhaltige, lösungsorientierte Projekte, in Verantwortungseigentum; freundschaftliche Kooperation in gemeinsamen Räumen und Netzwerken (Gemeinwohlökonomie, Inner Development Goals).

- **MSM Steuerberatungsgesellschaft** – spezialisiert auf nachhaltige und transparente Beratung, mit Fokus auf Verantwortungseigentum und frauengeführte Unternehmen.
- **Tim Pleuger** – Beratung PowerBI in unserem Forschungsprojekt GEFION.
- Deutsche Bahn AG – zentrale*r Beförderungsanbieter*in bei unseren Geschäftsreisen.

Zu den Lieferant*innen zählen neben weiteren Material- und Baupartner*innen desweiteren auch weniger unmittelbar eingebundene Dienstleister*innen, wie etwa Druckereien, Versicherungen, IT-Anbieter*innen oder Reiseunternehmen. Sie ergänzen unsere Arbeit in verschiedenen organisatorischen und infrastrukturellen Bereichen und tragen so indirekt zum Gelingen unserer Projekte bei.

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

A1.1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Berichtsfragen

Welche Produkte/ Dienstleistungen werden zugekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferant*innen ausgewählt?

Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette überprüft bzw. evaluiert?

Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

Welche Produkte/ Dienstleistungen werden zugekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferant*innen ausgewählt?

Baumaterialien und Komponenten sowie Prozessbegleitung für den Bau von w∞d.ii von Hauptsache Tiny (HT)

Auswahlkriterien:

- Die Tiny Häuser werden laut website mit Sorgfalt und Liebe zum Detail in der Manufaktur in Mecklenburg-Vorpommern zu fairen Löhnen gefertigt.

Unsere persönliche Einschätzung: Durch die enge Zusammenarbeit und das Kennenlernen der meisten Tischler*innen und Mitarbeiter*innen können wir mit ziemlicher Sicherheit bestätigen, dass eine faire Entlohnung stattfindet. Die Teilhabe an ausführlichen Check-ins mit dem Team von HT weist außerdem auf eine sehr menschenzentrierte und achtsame Arbeitsumgebung hin. Die enge Verbindung von HT zur Wir Bauen Zukunft eG (WBZ), die sich für regenerative Lebensweisen, Gemeinschaftsbildung und permakulturelle Praxis einsetzt, entspricht unserer Vision zukunftsfähiger Entwicklung und menschenwürdiger Arbeitsweise. Mit HT und WBZ pflegen wir regelmäßige, offene Treffen (mehrmals jährlich), die vertrauensvoll und kritikfähig geführt werden. So werden sowohl positive Impulse als auch etwaige Spannungen frühzeitig erkannt.

Solarpanels für w∞d.ii von der Solara GmbH

Auswahlkriterien:

- Die Solara GmbH aus Hamburg entwickelt und produziert hochwertige Solarmodule für Off-Grid-Anwendungen vollständig in Deutschland. Aufgrund der Produktion im Inland (inkl. der Solarzellen, die von den meisten Unternehmen aus dem Ausland importiert werden) ist davon auszugehen, dass menschenwürdige Arbeitsbedingungen und soziale Standards gemäß deutscher Gesetzgebung eingehalten werden.

Persönliche Einschätzung: Für uns ist zudem wichtig, dass Solara von unserem vertrauenswürdigen Hauptlieferanten Hauptsache Tiny (HT) empfohlen wurde, mit dem wir in engem und offenem Austausch stehen und der seine Lieferant*innen sorgfältig auswählt.

Eine detaillierte Prüfung der Arbeitsbedingungen in der gesamten Zulieferkette von Solara ist bislang nicht erfolgt, doch die Kombination aus deutscher Produktion und der Empfehlung durch HT stärkt unser Vertrauen in sozialverträgliche Produktionsprozesse.

Beratung und Begleitungim Bereich Bildung und Sensibilisierung zur gesunden Kreislaufwirtschaft nach Cradle to Cradle, u.a. von C2C NGO

Auswahlkriterien:

- Laut ihrer Website arbeitet die NGO in ihrem C2C LAB, dem Head Office, nach dem New Work Prinzip zusammen. In der Praxis heißt das: Sie arbeiten auf

Vertrauensbasis, haben flexible Arbeitszeiten und Organisationsstrukturen sowie flache Hierarchien, fördern Digitalisierung und setzen sich immer wieder mit Führungsstilen auseinander. Eine moderne Zusammenarbeit, die von Wertschätzung geprägt wird, ist ihnen enorm wichtig.

Persönliche Einschätzung: Wir kennen viele Mitglieder der NGO seit 2021 persönlich und sind bei vielen Veranstaltungen und gemeinsamen Netzwerkaktivitäten sowie durch unsere Mitgliedschaft zuerst im Regionalnetzwerk, später als Impact Partner*in, sehr häufig in einem sehr engen Kontakt und Austausch. Das Feedback der Mitarbeiter*innen ist größtenteils positiv und wir haben den Eindruck, dass die NGO sehr auf Augenhöhe miteinander arbeitet. Faire Entlohnung, Familienfreundlichkeit sowie flache Hierarchien haben wir in persönlichen Gesprächen immer wieder bestätigt bekommen.

Impulsgeber*in und Begleitung auf dem Weg zur Gemeinwohlorientierung - Kraft im Wandel Organisation

Auswahlkriterien:

- Kraft im Wandel unterstützt Unternehmen aktiv bei der Erstellung ihrer Gemeinwohl-Bilanz und begleitet sie systemisch auf dem Weg in eine ethische Marktwirtschaft, in der das Gemeinwohl im Mittelpunkt steht—gemäß ihrem Selbstverständnis: *"Gemeinsam arbeiten, gemeinsam verändern."* Ihre GWÖ-Expertise und Bilanzierungskompetenz haben uns bei der Erstverprobung des Ecogood Business Canvas sofort überzeugt.
- Als Werkstatt für nachhaltige Transformation versteht sich die die Organisation als offene Werkstatt für Einzelpersonen und Gruppen, die nachhaltige Veränderung gestalten wollen. Sie setzt auf Methoden wie das Ecogood Business Canvas und bietet maßgeschneiderte Workshops und Begleitung an—zielgerichtet auf Selbstwirksamkeit, Reflexion und Gemeinschaftbildung.

Persönliche Einschätzung: Durch die Zusammenarbeit mit *Kraft im Wandel* erleben wir nicht nur methodische Unterstützung auf Augenhöhe, sondern auch eine respektvolle, menschenzentrierte Kultur. Das zeigt sich in der wertschätzenden Begleitung, ihrem klaren Wertefokus und dem partizipativen Stil— ein konkreter Ausdruck gelebter Menschenwürde im Kontext von Beratung und Unternehmensentwicklung. Hartmut und Isabell waren uns sofort sympathisch und haben uns den entscheidenden Impuls für unser Bildungsprojekt w∞d.ii mitgegeben.

Grafische Unterstützung durch ZumHeimathafen Designstudio (Alexander Hanke, Hamburg)

Auswahlkriterien:

- Alexander Hanke vom Designstudio ZumHeimathafen begleitet uns seit erster Stunde und hat unsere gesamte Corporate Identity gestaltet. Außerdem unterstützt er bei der Gestaltung von Kommunikationsmaterialien, Illustrationen und grafischen Elementen für w∞d.ii. Ausschlaggebend für die Zusammenarbeit waren die besondere künstlerische Handschrift von Alexander Hanke, seine Verwurzelung in Hamburg sowie sein klares Engagement für gesellschaftliche Verantwortung.

Persönliche Einschätzung:
Alexander arbeitet als selbstständiger Designer allein und gestaltet seine Arbeitsbedingungen damit eigenverantwortlich. Besonders hervorzuheben ist sein ehrenamtliches und pro-bono-Engagement für Organisationen, die sich

für Menschenrechte und Menschenwürde einsetzen. Diese Haltung prägt auch die Zusammenarbeit mit uns: Sie ist geprägt von Respekt, Sinnorientierung und dem Bewusstsein, Gestaltung als kulturellen Beitrag zu verstehen, der gesellschaftliche Wirkung entfaltet.

Steuerberatung mit Fokus auf nachhaltige und transparente Unternehmensführung durch MSM Steuerberatungsgesellschaft

Auswahlkriterien:

- Die MSM Steuerberatungsgesellschaft ist eine digitale Steuerberatung mit Sitz in Fürth, die deutschlandweit tätig ist. Ihr Fokus liegt auf der steuerlichen Unterstützung von Female Founders sowie Startups mit sozialem und nachhaltigem Impact. Die Kanzlei setzt auf eine moderne, papierlose Arbeitsweise und fördert eine transparente Kommunikation auf Augenhöhe mit ihren Mandant*innen. Durch die enge Zusammenarbeit mit MSM erhalten wir nicht nur steuerliche Beratung, sondern auch Unterstützung bei der nachhaltigen und transparenten Ausrichtung unserer Unternehmensführung.
- Hauptsächlich kauft MSM ihre Leistungen, also Software für Buchhaltung und Steuerprogramme, bei der DATEV ein. Hier wurde nicht auf Zertifikate o.ä. geachtet, da die DATEV aus ihrer Sicht zum einen die beste Lösung in diesem Bereich bietet und zum anderen fast ein Monopol inne hat.
- MSM selbst hat eine ‚Zulassung' durch die Steuerberaterkammer Nürnberg und seit Kurzem auch eine B Corp Zertifizierung.

Persönliche Einschätzung: Das Steuerberater*innen-Team zeichnet sich durch eine klare feministische Ausrichtung und eine gelebte Familienfreundlichkeit aus. In persönlichen Gesprächen und der Zusammenarbeit erfahren wir eine Atmosphäre von Respekt, Wertschätzung und gegenseitiger Unterstützung. Dies zeigt sich in flexiblen Arbeitszeitmodellen und einer inklusiven Unternehmenskultur, die die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben fördert und die Menschenwürde aller Mitarbeitenden in den Mittelpunkt stellt.

Rohm & Partner StBG mbH

- Obwohl keine expliziten Aussagen zur Menschenwürde am Arbeitsplatz veröffentlicht sind, vermitteln die Kanzleistruktur, langfristige Orientierung, Weiterbildungsmöglichkeiten und das soziale Engagement der Führungskraft eine verantwortungsbewusste und menschenzentrierte Unternehmenskultur.

Persönliche Einschätzung: Wir haben jedoch die Steuerberatungsfirma gewechselt, da wir am eigenen Leib erfahren haben, dass wir nicht auf Augenhöhe behandelt wurden.

Versicherungsleistungen mit der AXA Versicherung AG / AXA Leben

Auswahlkriterien:

- AXA hat 2007 die Charta der Vielfalt unterzeichnet und fördert aktiv eine respektvolle Kultur, in der sich jede Person entfalten kann – unabhängig von Geschlecht, Herkunft, Alter oder körperlichen Fähigkeiten. Der Frauenanteil in Führungspositionen liegt bei 38 % (Stand: Ende 2024) und die Organisation wurde im PRIDE Index 2024 als besonders LGBTQ+ freundlich ausgezeichnet.
- AXA verfolgt einen modernen Ansatz im Disability-Management: Barrierefreiheit, individuelle Arbeitsplatzgestaltung und das Motto „People first, pity second" zeigen,

dass Mitarbeitende mit oder ohne sichtbare Behinderung als Potenzialträger*innen gesehen und gefördert werden.

- Mit der Initiative “AXA von Herz zu Herz e.V.” beteiligt sich über ein Drittel aller Mitarbeitenden freiwillig an sozialen Projekten – von der Unterstützung sozial benachteiligter Gruppen bis zur Renovierung von Einrichtungen. Die ehrenamtlichen Einsatzstunden lagen im letzten Jahr im hohen vierstelligen Bereich.
- AXA verpflichtet seit 2007 neue Lieferant*innen zur Einhaltung sozialer Standards, etwa gegen Kinder- oder Zwangsarbeit, sichere Arbeitsbedingungen und Diskriminierungsfreiheit. Außerdem ist AXA Unterzeichnerin der UN Principles for Sustainable Insurance und des UN Global Compact.

Persönliche Einschätzung: AXA ist einer der größten globalen Versicherer und damit auch Kapitalanleger. Kritiker*innen werfen dem Unternehmen vor, dass trotz ESG-Strategie immer noch Investments in Branchen mit umstrittenen Menschenrechts- und Umweltpraktiken bestehen, z. B. fossile Energien, Rüstung oder Bergbau. NGOs wie *Reclaim Finance* kritisieren insbesondere, dass AXA zwar viele Kohle-Investments beendet hat, aber in bestimmten Regionen oder über Fonds weiterhin indirekt beteiligt ist. Daher sind wir stets auf der Suche nach Alternativen.

Coworking- und Veranstaltungsräume zur Miete sowie zur Förderung von Vernetzung und Innovation, etwa bei Wizemann Space / Impact Hub Stuttgart und 105Viertel Impact Hub GmbH sowie der Inoio GmbH.

Auswahlkriterien:

Wizemann Space / Impact Hub Stuttgart

- Der Impact Hub Stuttgart, ehemals bekannt als Wizemann Space, ist ein Coworking-Space, der sich auf nachhaltige Innovationen und eine zukunftsorientierte Gemeinschaft konzentriert. Die Arbeitsumgebung fördert kreative Zusammenarbeit und den Austausch von Ideen in einem offenen und inklusiven Rahmen. Obwohl spezifische Informationen zur Menschenwürde am Arbeitsplatz nicht detailliert auf der Website angegeben sind, zeigt die Ausrichtung auf nachhaltige Innovationen und die Förderung einer verantwortungsbewussten Zukunft eine implizite Wertschätzung der Menschenwürde.

Persönliche Einschätzung: Wir pflegen einen vielschichtigen, persönlichen Austausch und kooperieren im Rahmen von w∞d.ii auf dem Areal des Impact Hub. Dadurch bekommen wir die interne Zusammenarbeit hautnah mit und können bestätigen, dass die Wertschätzung der Menschenwürde hier ernst genommen wird.

105Viertel Impact Hub Hamburg

- 105Viertel ist ein Sozialunternehmen mit dem Ziel, Hamburg zur lebenswertesten Stadt zu machen – für alle Menschen in allen 105 Stadtvierteln. Ihre Aktivitäten umfassen Kunst und Kultur, Bildung, Inklusion und ökologische Nachhaltigkeit.Die Organisation legt Wert auf Empathie und agiert auf Augenhöhe mit allen Menschen und Akteuren, was auf eine respektvolle und inklusive Arbeitskultur hinweist.

Persönliche Einschätzung: Die Wurzeln im 105 Viertel Verein bringen klare Werte bezüglich Menschenwürde mit sich. Ein verbindlicher Code of Conduct in den Räumen des Impact Hub unterstreicht diese Achtsamkeit und den respektvollen Umgang.

Inoio GmbH

- Die Inoio GmbH ist ein Unternehmen, das sich auf nachhaltige Softwareentwicklung spezialisiert hat und eine Gemeinwohl-Bilanz erstellt. In ihrer Gemeinwohl-Bilanz betonen sie die Bedeutung der Menschenwürde am Arbeitsplatz.Sie streben eine Arbeitsumgebung an, die den Menschen und nicht vorrangig der Gewinnmaximierung dient, unter Berücksichtigung sozialer Basis und Teilhabe der gesamten Gesellschaft.

Persönliche Einschätzung: Persönliche Freundschaften zwischen den Teams von WoodenValley und Inoio GmbH stärken zusätzlich die Glaubwürdigkeit der bereits transparent und glaubwürdig durchgeführten Gemeinwohl-Bilanzierung.

Druck- und Kommunikationsdienstleistungen für nachhaltige Werbematerialien und Publikationen (ausgewählte klimafreundliche Druckereien).

Auswahlkriterien:

Lokay e.K.

- Lokay e.K. ist eine umweltfreundliche Druckerei, die großen Wert auf zirkuläre Produktionsprozesse legt. Informationen zu Arbeitsbedingungen oder zur Menschenwürde am Arbeitsplatz sind auf der Website nicht explizit beschrieben. Aufgrund der Unternehmensgröße und des Engagements für ökologische Nachhaltigkeit ist anzunehmen, dass ein wertschätzendes und verantwortungsbewusstes Arbeitsumfeld besteht, wobei eine persönliche Überprüfung empfehlenswert wäre.

Persönliche Einschätzung: Wir haben die Empfehlung von der C2C NGO erhalten, die sich sehr konkret mit allen Cradle to Cradle relevanten Kriterien der Lieferant*innen auseinandersetzt. Das stärkt unser Vertrauen in die nachhaltige und sozial verträgliche Arbeitsweise bei Lokay.

DieUmweltdruckerei

- DieUmweltdruckerei betont auf ihrer Website die Bedeutung sozialer und ökologischer Verantwortung. Das Unternehmen setzt auf nachhaltige Materialien und faire Produktionsbedingungen. Zwar gibt es keine ausführlichen Angaben zur konkreten Umsetzung von Menschenwürde am Arbeitsplatz, jedoch wird ein respektvoller Umgang mit Mitarbeitenden impliziert durch die Betonung von Fairness und Verantwortung in der gesamten Wertschöpfungskette.

Persönliche Einschätzung: Diese Druckerei wurde uns von unserem Designpartner Studio ZumHeimathafen empfohlen, der großen Wert auf nachhaltiges Design legt. Dadurch vermuten wir nur, dass auch die sozialen und arbeitsrechtlichen Aspekte bei DieUmweltdruckerei entsprechend berücksichtigt werden.

Logistik und Transportservices, **vor allem im Rahmen des regional begrenzten Einsatzes von w∞d.ii.**

Auswahlkriterien:

- Auf ihrer Website betont das Autohaus Tobaben den Wert von "Fair und Freundlich" und hebt hervor, dass über 150 Mitarbeitende ihr Leistungsversprechen in puncto Zuverlässigkeit, Freundlichkeit und Begeisterung halten. Zudem wird auf eine gute Aus- und Weiterbildung sowie langjährige Zusammenarbeit gesetzt, wobei Menschlichkeit und Vertrauen im Vordergrund

stehen. Auf der Plattform Kununu erhält das Autohaus Tobaben eine durchschnittliche Bewertung von 3,7 von 5 Punkten. 57% der Mitarbeitenden würden das Unternehmen als Arbeitgeber weiterempfehlen.

Persönliche Einschätzung: Durch die regionale Nähe und den persönlichen Kontakt konnten wir uns von der fairen und respektvollen Behandlung der Mitarbeitenden überzeugen. Das Unternehmen legt Wert auf soziale Verantwortung und eine vertrauensvolle Zusammenarbeit, was für uns wichtige Kriterien im Sinne der Menschenwürde sind. Grundsätzlich hatten wir in diesem Fall aber auch keine weitere Alternative. Ein geeignetes Fahrzeug für einen bezahlbaren Tarif war bei anderen Anbieter*innen nicht zu finden.

Reise- und Mobilitätsservices mit der Deutschen Bahn, der Neupitz GmbH und AirBnB.

Auswahlkriterien:

Deutsche Bahn:

- Für unsere Reisen nutzen wir vorwiegend die Deutsche Bahn. Als eines der größten Verkehrsunternehmen in Deutschland setzt die Deutsche Bahn zunehmend auf Nachhaltigkeit, z. B. durch den Ausbau von Ökostromangeboten und Investitionen in moderne, energieeffiziente Züge.In Bezug auf Menschenwürde engagiert sich die Deutsche Bahn für faire Arbeitsbedingungen, vielfältige und inklusive Arbeitsumfelder sowie die Förderung von Gleichstellung und Vielfalt. Die Bahn berichtet regelmäßig über ihre sozialen Standards und Nachhaltigkeitsziele in veröffentlichten Nachhaltigkeitsberichten, was für uns Transparenz und Verlässlichkeit signalisiert.
    - „Von unseren Geschäftspartnern erwarten wir, dass sie die Menschenrechte respektieren. Unsere diesbezüglichen Anforderungen sind u. a. im DB-Verhaltenskodex für Geschäftspartner formuliert. Dieser nimmt Bezug auf die Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO), etwa zum Schutz gegen Kinder- und Zwangsarbeit und vor Diskriminierung in Beschäftigung und Beruf.“ (Deutsche Bahn Nachhaltigkeitsbericht 2023)

Persönliche Einschätzung: Nach unserer Einschätzung gibt es in Deutschland derzeit keine realistisch nutzbare Transportmöglichkeit, die eine vergleichbare ökologische Gesamtbilanz wie die Bahn aufweist. Alternative Optionen wie Flugreisen oder Fahrten mit dem eigenen PKW sind mit deutlich höheren Emissionen verbunden, während Fernbusse oder Carsharing-Angebote in Bezug auf Preis und Verfügbarkeit nicht in gleichem Maße geeignet sind, unsere Mobilitätsbedarfe zu decken. Die Bahn stellt für uns daher die nachhaltigste und zugleich praktikabelste Wahl dar. In seltenen Fällen nutzen wir das private Auto eines Geschäftsführers. Die hohe Zertifizierungsdichte in der Bahnindustrie lässt uns hoffen, dass menschenwürdige Arbeitsbedingungen in der Herstellung der Züge berücksichtigt werden.

AirBnB:

- Airbnb ist sich laut website seiner sozialen Verantwortung bewusst – besonders in Sachen Vielfalt, Inklusion und Barrierefreiheit durch die Plattform. Dort heißt es: *„Wir haben uns verpflichtet, Vielfalt, Gleichberechtigung, Inklusion und Barrierefreiheit in den Mittelpunkt unserer täglichen Arbeit zu stellen."* Darüber hinaus hat Airbnb konkrete Ziele für diverse Belegschaften gesetzt (z. B. 50 %

Frauenanteil bei Neueinstellungen) und nutzt Diversity-Maßnahmen zur Leistungsbewertung von Führungskräften.

Persönliche Einschätzung: Wir haben Airbnb im Jahr 2023 lediglich 2x genutzt. Die Offenheit und strategische Verankerung sind zwar ein guter Anfang aber Herausforderungen (z. B. diskriminierende Vorfälle auf der Plattform) sind auch bekannt. Sowie die Diskriminierung durch Gastgeber*innen: Eine Studie der Harvard Business School zeigte, dass Gäste mit eindeutig afroamerikanischen Namen etwa 16 % seltener als Gäste mit weiß klingenden Namen akzeptiert wurden – ein Indiz für systematische Voreingenommenheit. Ähnlich wie bei Uber werden diverse Dienstleistungen – etwa Reinigung oder Appartementverwaltung – oft durch Selbstständige erledigt, die wirtschaftlichen Risiken, wie ungesicherte Auftragssituationen oder fehlende Sozialleistungen tragen müssen

Neupitz GmbH:

- Laut Website legt das Team besonderen Wert auf Wärme, Offenheit und Diversität, die sich auf Herkunft, Gender, Alter, körperliche Abilität, Glauben, finanziellen Status und Beruf beziehen.
  Ein Zitat: *„Was all unsere Besucher*innen verbindet … sind Herzlichkeit sowie das Interesse, voneinander zu lernen.*“ Diese Haltung vermittelt eine wertschätzende Kultur, die Menschenwürde fördert.

Persönliche Einschätzung: Wir kennen darüber hinaus das Team und die Leitung des Hauses persönlich und haben die GmbH in der Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichtes geholfen. Über diese interne Einsicht können wir mit großer Sicherheit sagen, dass Menschenwürde ernst genommen wird. In der weiteren Zulieferkette können wir nur nachverfolgen, dass regionale und biologische Produkte eingekauft werden.

Wir Bauen Zukunft eG:

- Die Wir Bauen Zukunft eG steht sls besonders inspirierendes Beispiel, wenn es um menschenwürdige und nachhaltige Unterbringung für Team-Retreats geht. Ihr Angebot richtet sich gezielt an Teams mit folgenden Angeboten:
  - Eine naturnahe Umgebung mit Co-Working-, Seminar- und Eventräumen, Tiny-House-Siedlung, Werkhalle, Jurten und Sommerhütten, die Komfort und Naturverbundenheit miteinander verbinden.
  - Sie bieten Retreat-Formate speziell für Teams, die „neue Perspektiven außerhalb des Daily Business eröffnen“ – in einem inspirierenden, geistig nährenden Setting.

Persönliche Einschätzung: Unsere Erfahrung bestätigt, dass die Gestaltung nicht nur ökologisch durchdacht, sondern auch Respekt, Regeneration und Gemeinschaft vermittelt – Grundvoraussetzungen für menschenwürdige Begegnungen. Durch die Teilnahme an verschiedenen Formaten wie zum Beispiel der CommUnity Deep Woche (Seminar zu den IDGs) und vielen anderen Hands-on Events, konnten wir erfahren, wie gelebte Menschenwürde in den täglichen Prozessen, Lohnverhältnissen, Geschlechtergerechtigkeit und anderen Aspekte zum Tragen kommen.

IT-Struktur / Digitale Tools von Microsoft, Asana, Personio, sevDESK sowie Canva und Adobe

Auswahlkriterien:

Für unsere digitale Infrastruktur nutzen wir Microsoft, Asana, Personio, sevDESK, Canva und Adobe. Alle diese Unternehmen betonen in ihren öffentlich zugänglichen Berichten ihr Engagement für Menschenwürde, Diversität, Gleichberechtigung und Inklusion, die wir zwar kennen aber nicht nachprüfen können und zur Zeit auch keinen Einfluss darauf nehmen können.

Microsoft

- Microsoft verfolgt eine klare Strategie zur Förderung von Diversität, Gleichberechtigung und Inklusion (DEI). Im Jahr 2023 berichtete das Unternehmen, dass die Repräsentation von rassischen und ethnischen Minderheitengruppen in der Belegschaft 53,9 % beträgt, was einen Anstieg von 0,6 % im Vergleich zum Vorjahr darstellt. Die Führungsebene weist einen Anteil von 4,3 % afroamerikanischer und 4,6 % hispanischer Führungskräfte auf. Microsoft investiert weiterhin in DEI-Initiativen, trotz der Auflösung seines DEI-Teams im Juli 2024 aufgrund geänderter geschäftlicher Anforderungen.Das Unternehmen betont jedoch, dass sein Engagement für Diversität und Inklusion unverändert bleibt.

Persönliche Einschätzung: Trotz umfangreicher DEI-Maßnahmen hat Microsoft im Juli 2024 sein dediziertes Diversity-, Equity- & Inclusion-Team aufgelöst, was Fragen über die Nachhaltigkeit und Priorität solcher Programme aufwirft. Microsoft steht immer wieder wegen Arbeitsbedingungen in globalen Lieferketten und dem Umgang mit Gewerkschaften unter Beobachtung.

Asana

- Asana setzt sich aktiv für Diversität, Gleichberechtigung und Inklusion ein. Das Unternehmen verfolgt das Ziel, eine repräsentative Belegschaft aufzubauen, die die vielfältige Nutzerbasis widerspiegelt. Asana überprüft regelmäßig qualitative und quantitative Daten, um die Fortschritte in diesen Bereichen zu verfolgen und teilt diese jährlich öffentlich mit.

Persönliche Einschätzung: Wie viele Tech-Firmen hat Asana mit Herausforderungen bei der Umsetzung von Diversitätszielen zu kämpfen, etwa hinsichtlich der Vertretung von Minderheiten in technischen und Führungspositionen. Die Messbarkeit und Transparenz von Fortschritten bei Diversity-Initiativen bleiben oft schwierig und stoßen auf Kritik.

Personio

- Personio fördert eine inklusive Unternehmenskultur, die auf Diversität und Gleichberechtigung basiert. Das Unternehmen verfügt über ein Diversity Committee, das sicherstellt, dass alle Gemeinschaften gleichberechtigt Gehör finden. Durch monatliche Schulungen, Empowerment-Programme und Feierlichkeiten wird ein inklusives Umfeld geschaffen.

Persönliche Einschätzung: Personio ist noch ein vergleichsweise junges Unternehmen, das sich in der Entwicklung einer inklusiven Kultur befindet, mit dem Risiko, dass Diversitätsinitiativen nicht ausreichend verankert sind. Wie bei vielen Start-ups besteht die Herausforderung, nachhaltige soziale Standards mit schnellem Wachstum in Einklang zu bringen.

sevDESK

- sevDESK ist ein kleines deutsches Unternehmen. Konkrete öffentliche Informationen zur Menschenwürde und sozialen Verantwortung sind begrenzt. Es wird jedoch eine offene und faire Unternehmenskultur kommuniziert.

Persönliche Einschätzung: Öffentliche Informationen zu sozialer Verantwortung und Arbeitsbedingungen sind sehr limitiert, was Transparenz und Vertrauen erschweren kann. Als kleines Unternehmen könnte sevDESK vor Ressourcen- und Kapazitätsengpässen bei der Umsetzung umfassender Menschenwürde-Strategien stehen.

Canva

- Zusätzlich zu Adobe nutzen wir auch Canva für unsere Gestaltung und Publikationen. Canva verpflichtet sich ausdrücklich dem Schutz der Menschenrechte und der Bekämpfung moderner Sklaverei in seinen Lieferketten (Global Human Rights & Anti-Modern Slavery Policy). Canva entfernt bewusst einschränkende Sprache (wie „guru“ oder „rockstar“) aus Stellenanzeigen und ermutigt Bewerber:innen, sich auch zu bewerben, wenn sie nicht alle angegebenen Kriterien erfüllen. Maßnahmen wie 16 Wochen bezahlter Elternzeit für primäre und 4 Wochen für nicht-primäre Betreuungspersonen unterstreichen ein starkes Engagement für familienfreundliche Arbeitsbedingungen. Canva schafft sichere Räume durch "Canva Collectives" (z. B. Women @ Canva und Pride @ Canva), unterstützt Gender-Affirmation– und Trauerzeiten sowie flexible Arbeitsmodelle für Inklusion und menschliche Bedürfnisse.

Persönliche Einschätzung: Canva zeigt ein klares Bekenntnis zu inklusiven Arbeitskulturen, Diversität und Menschenwürde. Besonders der sensible Umgang mit Personalpolitik, wertschätzende Sprache und die Schaffung sicherer Räume machen das Tool für uns zu einem*einer empathischen und verantwortungsbewussten Lieferant*in.

Adobe

- Adobe engagiert sich für Diversität, Gleichberechtigung und Inklusion. Das Unternehmen hat sich verpflichtet, eine vielfältige Belegschaft aufzubauen, die die Diversität der Kunden, Partner und Gemeinschaften widerspiegelt. Adobe bietet eine Reihe inklusiver Leistungen an, die darauf abzielen, die physische, geistige und finanzielle Gesundheit der Mitarbeitenden zu unterstützen.

Persönliche Einschätzung: Adobe wird gelegentlich kritisiert, dass trotz ambitionierter Diversity-Programme der Anteil von Frauen und Minderheiten in Führungsrollen noch verbessert werden kann. Es gab vereinzelt Berichte über interne Diskrepanzen zwischen Unternehmenspolitik und tatsächlicher gelebter Inklusion, z.B. in Bezug auf psychische Gesundheit.

Zusammenfassung:

Wir arbeiten mit Lieferant*innen zusammen, die unsere Werte teilen und sich für eine regenerative, zirkuläre oder zumindest nachhaltige (Bau) Welt einsetzen. Gegenseitiger Respekt, Solidarität und gemeinsames Lernen sind für uns essenziell. Diese Partnerschaften ermöglichen die größte Hebelwirkung und tragen unsere Vision

weiter. Gleichzeitig sind wir offen für Zusammenarbeit mit Kund*innen, die unsere Werte (noch) nicht teilen, aber sich für zirkuläres und regeneratives Bauen und Leben interessieren. Bildung und Austausch können Brücken bauen. Eine Zusammenarbeit kommt für uns nicht infrage, wenn grundlegende Menschenrechte verletzt werden oder unser ethisches Fundament kompromittiert würde. Dazu zählen insbesondere Weltanschauungen, die mit unseren Grundsätzen feministischer, diskriminierungsfreier und wissenschaftsbasierter Arbeit unvereinbar sind. Dort wo wir (noch) keinen Einfluss darauf haben, engagieren wir uns in der öffentlichen Kommunikation zumindest auf diese Missstände aufmerksam zu machen. Kooperationen mit Institutionen, deren pädagogisches oder weltanschauliches Fundament unseren Werten von Inklusion, Diversität und wissenschaftsorientierter Bildung widerspricht – wie z. B. in Teilen der anthroposophisch geprägten Schulformen – kommen für uns nicht infrage und sind in unserem Code of Conduct definiert.

Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette überprüft bzw. evaluiert?

Wir informieren uns kontinuierlich über die sozialen und ökologischen Auswirkungen der von uns genutzten IT-Dienstleister und großen Unternehmen. Aufgrund unserer begrenzten Kapazitäten können wir uns bei diesen aktuell jedoch noch nicht tiefergehend engagieren. Gleichzeitig nutzen wir, wo möglich, Angebote und Beratungen des Haus des Stiftens, um unser verantwortungsvolles Handeln stetig zu verbessern.

Mit unseren engen Lieferant*innen, mit denen wir fast freundschaftliche Verhältnisse pflegen, diskutieren wir solche Themen hingegen offen und können sie kritisch hinterfragen und zusammen weiterentwickeln. Wir gleichen diese mit unseren eigenen dokumentierten Beschaffungskriterien und unserem formulierten Code of Conduct ab.

Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

- Hauptsache Tiny arbeitet mit natürlichen, ressourcenschonenden Materialien – PEFC- oder FSC-Zertifikate (zertifizierte nachhaltige Forstwirtschaft). GEG-Nachweis für energieeffiziente Bauweise. In unserer Produktion auch C2C zertifizierte Materialien.
- Inoio GmbH: Vorhandene Gemeinwohlbilanz.
- Deutsche Bahn: Engagement in sozialen Standards und Diversity-Programmen. Die Deutsche Bahn stellt ihre Züge außerdem nicht selbst her, sondern bezieht sie von renommierten Herstellern wie Siemens Mobility, Alstom oder Bombardier. Diese Zulieferer*innen verfügen über international anerkannte Standards wie ISO 9001(Qualitätsmanagement), ISO 14001 (Umweltmanagement), ISO 45001 (Arbeits- und Gesundheitsschutz) sowie IRIS Certification / ISO/TS 22163 (speziell für die Bahnindustrie).
  Durch die Auswahl solcher zertifizierten Partner*innen stellt die DB sicher, dass sowohl ökologische als auch soziale Mindeststandards in der Produktion eingehalten werden.
- IT Struktur: Transparenz erfolgt über Nachhaltigkeitsberichte und CSR-Programme, die wir teilweise kennen aber nicht als einzige Entscheidungsgrundlage annehmen können.
    - Personio überzeugt mit einem etablierten Diversity Committee, was soziale Verantwortung und Inklusion strukturell verankert.

- Solara GmbH: IEC-Zertifizierung (International Electrotechnical Commission)
- C2C NGO: Förderung des Cradle to Cradle Certified™ Standards, welcher Produktkreisläufe, Schadstofffreiheit und soziale Kriterien umfasst. Die NGO selbst ist nicht zertifiziert, sondern verbreitet Wissen über die Möglichkeit von Zertifizierungen bei Partner*innen
- Lokay und DieUmweltdruckerei: Blauer Engel zertifiziert, ein Umweltsiegel für nachhaltige Druckprodukte. FSC- oder PEFC-Zertifikate für Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft. Cradle to Cradle Zertifizierung.

Anteil der zugekauften Produkte/ Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen

2024

Branche	Ausgaben (in €)
Übrige Lieferanten	318.358,89

2023

Branche	Ausgaben (in €)
Übrige Lieferanten	48.893,53

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

2024

80 %

2023

70 %

Verbesserungspotenziale/Ziele

Detaillierte Prüfung der Arbeitsbedingungen in der wesentlichen Zulieferkette von Solara

Für den Neubau eines w∞d.ii müssen wir die gesamten Lieferant*innen ohnehin noch mal prüfen, daher verwerfen wir diese Maßnahme.

Alternativen Versicherungsdienstleister prüfen: ver.de eG – Versicherung

Die ver.de Genossenschaft (ver.de eG) verfolgt aktiv das Ziel, gemeinwohlorientiert zu wirtschaften. Das Unternehmen hat eine Gemeinwohl-Bilanz erstellt und nutzt beratenden Austausch (Peer-Evaluation), um seine gesamte Geschäftstätigkeit hinsichtlich sozialer und ökologischer Kriterien zu reflektieren und zu verbessern. Das Ergebnis: 530 Punkte, ein vielversprechender Wert innerhalb der GWÖ-Matrix.
Ziel von ver.de ist, eine vollständige gemeinwohl-bilanzierte Versicherungs-AG zu werden – damit wäre sie die erste Versicherung in Deutschland mit diesem Anspruch

Code of Conduct bei Angeboten beilegen

Wir legen unseren Angeboten künftig einen kurzen Code of Conduct bei. Darin sind unsere wichtigsten Werte und Prinzipien festgehalten – vor allem in Bezug auf ökologische Nachhaltigkeit und faire Zusammenarbeit.

So haben unsere Lieferant*innen und Partner*innen direkt eine Orientierung, worauf es uns ankommt. Gleichzeitig wollen wir damit ins Gespräch kommen: Falls es Punkte gibt, die (noch) nicht zu unseren Werten passen, können wir das frühzeitig ansprechen und gemeinsam nach Lösungen suchen.

Selbsteinschätzung



Fortgeschritten

Erste Maßnahmen zur Etablierung menschenwürdiger Arbeitsbedingungen bei den Lieferant*innen werden umgesetzt. Zusätzlich wird die gesamte Zulieferkette hinsichtlich menschenwürdiger Arbeitsbedingungen evaluiert.

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

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Menschenwürde in der Zulieferkette bei den wesentlichen Lieferant*innen nicht verletzt wird?

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

Bei einigen unserer Lieferant*innen können wir Verletzungen der Menschenwürde nicht ausschließen.

Durch unsere schwache Marktposition können wir nicht auf diese Lieferant*innen einwirken, deshalb passen wir unser Einkaufsverhalten wo immer möglich an und werden bei steigenden Umsätzen nach Alternativen suchen.

Second Hand Ware war im ersten und zweiten w∞d.ii nicht realisierbar auf Grund von Terminschwierigkeiten.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

A2.1 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Berichtsfragen

Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?

Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Baumaterialien und Komponenten sowie Prozessbegleitung für den Bau von w∞d.ii von Hauptsache Tiny (HT)

Maßnahmen für Solidarität und Gerechtigkeit:
HT versteht sich nicht nur als Hersteller*in, sondern als Partner*in, der*die seine Kund*innen aktiv in Prozesse einbindet. Schon bei der Preisgestaltung wird transparent gemacht, welche Material- und Arbeitskosten entstehen. Durch den engen Bezug zur **Wir Bauen Zukunft eG** fließen Prinzipien der Solidarität und Kooperation in die gesamte Wertschöpfung ein – gemeinschaftliches Arbeiten, Teilen von Wissen und Ressourcen.

Überprüfung / Umgang mit Risiken:
Wir führen regelmäßige persönliche Treffen (mehrmals jährlich) durch, bei denen auch sensible Themen offen angesprochen werden können. Diese Transparenz ermöglicht es, mögliche Missstände frühzeitig wahrzunehmen und anzusprechen. Da die meisten Lieferketten von HT regional in Mecklenburg-Vorpommern verankert sind, sinken Risiken von ausbeuterischen Bedingungen deutlich.

Persönliche Einschätzung:
Die persönliche Nähe und die Offenheit der Zusammenarbeit schaffen Vertrauen. Wir sehen Solidarität hier vor allem darin, dass HT auch kleinere Kund*innen ernst nimmt und Wissen teilt, anstatt es als exklusives Kapital zurückzuhalten.

Solarpanels für w∞d.ii von der Solara GmbH

Maßnahmen für Solidarität und Gerechtigkeit:
Solara produziert vollständig in Deutschland und legt Wert auf hochwertige, langlebige Produkte – ein klarer Beitrag zu fairen Bedingungen, weil Reparatur und Ersatzteile möglich sind. Faire Löhne in der Produktion sind durch die deutsche Gesetzgebung abgesichert. Durch die regionale Nähe wird Transportaufwand reduziert, was ökologische und soziale Verantwortung signalisiert.

Überprüfung / Umgang mit Risiken:
Wir haben keine tiefgehende eigene Kontrolle über die vorgelagerten Zulieferketten von Solara (z. B. Rohstoffe für Solarzellen). Unser Vertrauen basiert auf der Empfehlung durch HT und der deutschen Produktion. Risiken sehen wir vor allem in globalen Rohstoffketten, wo Menschenrechte weniger gut abgesichert sind. Eine direkte Sanktionsmöglichkeit haben wir nicht, wir würden im Falle problematischer Erkenntnisse jedoch einen Wechsel prüfen.

Persönliche Einschätzung:
Da wir Solara über HT empfohlen bekommen haben, vertrauen wir auf deren sorgfältige Auswahl und die gemeinsame Wertebasis. Transparenz über die Rohstoffkette wäre dennoch wünschenswert, um die Solidarität über die erste Produktionsstufe hinaus einschätzen zu können.

Beratung und Begleitung im Bereich Bildung und Sensibilisierung zur gesunden Kreislaufwirtschaft nach Cradle to Cradle, u.a. von C2C NGO

Maßnahmen für Solidarität und Gerechtigkeit:
Die C2C NGO arbeitet nach dem Prinzip offener Wissensvermittlung: Inhalte, Methoden und Erfahrungen werden breit geteilt, statt exklusiv für zahlungskräftige Partner zurückgehalten. Sie setzen auf Partizipation, New Work Strukturen und Augenhöhe – das gilt intern wie in ihren Netzwerken. Mitgliedschaften und Austauschformate fördern solidarische Netzwerke zwischen Unternehmen, Wissenschaft und Zivilgesellschaft.

Überprüfung / Umgang mit Risiken:
Durch unsere enge Mitgliedschaft und regelmäßigen Kontakte bekommen wir tiefen Einblick in die Organisation. Kritikpunkte oder Missstände können wir direkt mit den Verantwortlichen besprechen. Risiken sehen wir vorrangig in der Abhängigkeit von Fördergeldern, was zu struktureller Unsicherheit führen kann.

Persönliche Einschätzung:
Wir erleben die NGO als solidarische Organisation, die nicht Gewinnmaximierung, sondern Transformation ins Zentrum stellt. In vielen Gesprächen haben wir gespürt, dass faire Teilhabe, Zugang zu Wissen und Respekt für alle Partner*innen zentrale Leitlinien sind.

MSM Steuerberatung

Maßnahmen für Solidarität und Gerechtigkeit:
MSM ist eine digital ausgerichtete Steuerberatung mit klarem Impact-Fokus – vor allem für Female Founders und sozial-ökologische Startups. Seit Juni 2025 ist MSM als B Corp zertifiziert und erreicht dabei einen beeindruckenden B-Impact-Score von 97,4 (Benchmark: 80 zur Zertifizierung notwendig). Das garantiert, dass alle Stakeholder – Mitarbeitende, Kund*innen und gesellschaftlicher Impact – formal in der Unternehmensstruktur verankert sind. Transparenz, Fairness und Steuerung auf Augenhöhe sind zentral: digitale Zusammenarbeit zu fairen Konditionen, klare Kommunikation und partnerschaftliche Arbeitsweise werden auf ihrer Website betont

Überprüfung / Umgang mit Risiken:
Die B Corp-Zertifizierung umfasst regelmäßige Audits, rechtliche Verpflichtung zur Berücksichtigung sozialer und ökologischer Kriterien sowie Offenlegungspflichten, die sicherstellen, dass soziale und faire Standards dauerhaft eingehalten werden. Ergänzend zeigt die niedrige Mitarbeiter-Bewertung auf Kununu (3,4/5) einen Rückmeldungsrahmen: Work-Life-Balance und Arbeitsumfeld werden positiv hervorgehoben, Verbesserungspotenzial liegt im Bereich Weiterbildung/Karriere.

Persönliche Einschätzung:
Wir erleben MSM als verlässliche und partnerschaftliche Beratung auf Augenhöhe – besonders wertvoll für Startups, die sowohl Werte als auch Wachstum verbinden wollen. Die B Corp-Zertifizierung stärkt unser Vertrauen fundiert. Verbesserungspotenzial könnte im Bereich Förderung interner Weiterbildung liegen – dies ist aber nur mittelbar relevant für unsere Zusammenarbeit.

Weitere Lieferant*innen:

Coworking- und Veranstaltungsräume zur Miete sowie zur Förderung von Vernetzung und Innovation, etwa bei Wizemann Space / Impact Hub Stuttgart und 105Viertel Impact Hub GmbH sowie der Inoio GmbH.

Wizemann Space / Impact Hub Stuttgart

Der Impact Hub Stuttgart versteht sich als Teil eines globalen Netzwerks von Impact Hubs, die soziale Innovationen und nachhaltige Geschäftsmodelle fördern. Solidarität zeigt sich hier insbesondere in der gegenseitigen Unterstützung der Mitglieder – etwa durch Co-Creation, Mentoring-Programme und den Zugang zu einem internationalen Netzwerk. Projekte, die auf gesellschaftliche Transformation abzielen, erhalten Raum und Sichtbarkeit, wodurch gemeinschaftliches Handeln gestärkt wird.

Persönliche Einschätzung: Durch unsere Kooperation mit dem Hub im Rahmen von w∞d.ii erleben wir die Solidarität im Alltag: Mitglieder unterstützen einander nicht nur in geschäftlichen Fragen, sondern auch in persönlichen Herausforderungen. Diese gegenseitige Hilfsbereitschaft geht spürbar über rein ökonomische Interessen hinaus.

105Viertel Impact Hub Hamburg

105Viertel verfolgt das Ziel, **alle 105 Hamburger Stadtviertel** zu stärken – und zwar mit einem besonderen Augenmerk auf jene, die weniger Sichtbarkeit und Ressourcen haben. Solidarität zeigt sich hier in der konsequenten Arbeit für Inklusion, Chancengleichheit und soziale Teilhabe. Veranstaltungen und Bildungsangebote werden bewusst so gestaltet, dass sie unterschiedliche gesellschaftliche Gruppen zusammenbringen und das Miteinander stärken.

Persönliche Einschätzung: Die Verwurzelung im Verein 105 Viertel schafft eine glaubwürdige Basis für gelebte Solidarität. Besonders beeindruckend ist, dass nicht nur Projekte mit hohem Prestige umgesetzt werden, sondern auch kleine Initiativen in benachteiligten Stadtteilen Unterstützung erfahren.

Inoio GmbH

Die Inoio GmbH verankert Solidarität strukturell in ihrer Gemeinwohl-Bilanz und dem Verantwortungseigentum, indem sie den Fokus auf gesellschaftliche Verantwortung und gemeinschaftlichen Nutzen legt. Solidarisches Handeln zeigt sich z. B. in transparenten Entscheidungsprozessen, fairer Bezahlung und der bewussten Orientierung weg von reiner Gewinnmaximierung. Zudem unterstützt das Unternehmen aktiv Projekte, die einen Mehrwert für die Gesellschaft schaffen, insbesondere im Bereich nachhaltiger Digitalisierung.

Persönliche Einschätzung: Die engen persönlichen Beziehungen zwischen WoodenValley und Inoio verstärken den Eindruck, dass Solidarität hier nicht nur ein Schlagwort ist, sondern gelebt wird. Inoio zeigt, dass solidarisches Handeln sowohl intern (im Team) als auch extern (im gesellschaftlichen Beitrag) konsequent umgesetzt wird.

IT-Unternehmen (Microsoft, Asana, Personio, sevDESK, Canva, Adobe)

<u>Maßnahmen für Solidarität und Gerechtigkeit:</u>

- Viele dieser Unternehmen setzen in ihrer Außendarstellung auf Diversität, Inklusion und faire Arbeitsbedingungen. Microsoft, Adobe und Personio veröffentlichen z. B. regelmäßig Diversity & Inclusion Reports, die die Repräsentation verschiedener Geschlechter und ethnischer Gruppen darstellen.
- Asana und Canva betonen in ihren Leitbildern teamorientierte und unterstützende Unternehmenskulturen. Canva verfolgt ein stark kollaboratives Modell („Be a good human“) und unterstützt Non-Profits durch kostenfreie oder reduzierte Tools.
- sevDESK und Personio sind als jüngere deutsche Startups stärker im KMU-Umfeld verwurzelt und werben mit einem Ansatz, kleineren Unternehmen digitale

Tools zugänglich zu machen, was zu mehr Chancengerechtigkeit im Wettbewerb beitragen kann.

Überprüfung / Umgang mit Risiken:

- Microsoft und Adobe stehen unter regelmäßiger Kritik: Einerseits wegen Marktmacht und Lizenzpreisen, die kleine Akteure benachteiligen können, andererseits aufgrund von Berichten über ungerechte Arbeitsbedingungenin ausgelagerten Bereichen (z. B. Call-Center, Cloud-Dienste, Content Moderation).
- Asana, Canva, Personio und sevDESK zeigen nach außen mehr Nähe zu Mitarbeiterinnen und Community. Allerdings veröffentlichen sie bislang weniger konkrete Daten über Lieferketten oder faire Arbeitsstandards bei Dienstleisterinnen.
- Solidarität zeigt sich in den Rabatt- und Spendenprogrammen für NGOs, Bildung und kleine Organisationen (z. B. Canva für Bildungseinrichtungen, Microsoft und Adobe für Non-Profits). Allerdings bleibt offen, inwieweit dies strukturell oder eher CSR-getrieben ist.

Persönliche Einschätzung:

- Bei den großen Playern (Microsoft, Adobe) wirkt Solidarität ambivalent: Einerseits Programme für Diversität und Non-Profit-Support, andererseits ein Geschäftsmodell, das eher auf Skalierung und Abhängigkeit setzt, wodurch kleinere Akteure oft benachteiligt werden.
- Bei den jüngeren Unternehmen (Asana, Personio, sevDESK, Canva) ist spürbar, dass Solidarität stärker in der Teamkultur und Kund*innennähe verankert ist. Dennoch ist die Frage, wie sich dieser Ansatz bei künftigem Wachstum und Investor*innendruck hält.
- Insgesamt leisten die IT-Dienstleister einen wichtigen Beitrag zur Zugänglichkeit digitaler Infrastruktur, gleichzeitig müssen sie im Hinblick auf faire Preisgestaltung, Lieferketten und Arbeitsstandards kritisch begleitet werden.

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

2024

20 %

2023

15 %

Ein Großteil unserer Partner*innen sind kleinere Unternehmen, Selbständige oder Initiativen, die sich stark an solidarischen und gerechten Prinzipien orientieren. Viele dieser Akteur*innen verfügen jedoch nicht über die finanziellen Mittel, ein offizielles Label oder eine Zertifizierung zu erwerben. Daher prüfen wir nicht allein das Vorhandensein eines Siegels, sondern betrachten **strukturell die gelebten Werte und Praktiken**: transparente Arbeitsweisen, faire Entlohnung, partizipative Zusammenarbeit und ein klar erkennbares Engagement für Nachhaltigkeit und Menschenwürde. Auf diese Weise stellen wir sicher, dass Solidarität und Gerechtigkeit in unseren Beschaffungsentscheidungen berücksichtigt werden – auch wenn dies nicht immer durch ein Label sichtbar gemacht wird.

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

2024

75 %

2023

50 %

2023 befanden wir uns noch stark in der Aufbauphase unserer Organisation. Während unsere Auswahlkriterien von Anfang an auf Solidarität, Fairness und Nachhaltigkeit ausgerichtet waren, floss ein erheblicher Teil unserer Ausgaben in den Aufbau von Infrastruktur und operativen Grundlagen – etwa IT, Versicherungen oder grundlegende Dienstleistungen. Diese sind zwar notwendig, spiegeln unsere Unternehmensziele aber nur begrenzt wider und werden oft von Anbieter*innen erbracht, die nicht primär für solidarische Praktiken bekannt sind. Entsprechend war der Anteil der wirklich solidarischen Lieferant*innen in dieser Phase noch geringer. Mit wachsender Stabilität und zunehmendem Fokus auf unsere Projekte können wir unsere Lieferant*innenstruktur zunehmend konsequent an unseren Zielsetzungen ausrichten.

Selbsteinschätzung



Fortgeschritten

Die Lieferkette wird aktiv und systematisch auf Risiken und Missstände überprüft, und mindestens ein Drittel der eingekauften Produkte und Rohwaren trägt ein entsprechendes Label. Erste Maßnahmen zur positiven Beeinflussung eines fairen und solidarischen Umgangs aller Beteiligten entlang der Lieferkette werden umgesetzt.

A2.2 Negativ-Aspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette nicht verletzt werden sowie die Marktmacht bei den wesentlichen Lieferant*innen nicht ausgenutzt wird?

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

A3.1 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

Berichtsfragen

Nach welchen Kriterien werden Rohware, Produkte und Dienstleistungen ausgewählt?

Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?

Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen berücksichtigt?

Welche Unterschiede gibt es zum Mitbewerb hinsichtlich ökologischem Einkauf?

Unsere Zulieferkette umfasst sowohl Dienstleister im Bereich IT, Finanzen und Kommunikation als auch Partner*innen für Bau, Materialien und Veranstaltungen. In allen Kooperationen ist für uns die ökologische Nachhaltigkeit ein zentrales Kriterium.

Wir Bauen Zukunft eG (WBZ)

Maßnahmen für ökologische Nachhaltigkeit:
Die Genossenschaft bietet ein ökologisches Gesamtkonzept für Team-Retreats und Veranstaltungen: Gemeinschaftsräume, Tiny Houses, Coworking inmitten von Natur, Nutzung erneuerbarer Energien, Komposttoiletten, Permakulturgärten und ressourcenschonende Infrastruktur. Damit wird ökologische Beherbergung und nachhaltige Veranstaltungsorganisation aktiv umgesetzt.

Überprüfung / Umgang mit Risiken:
Durch die direkte Zusammenarbeit und regelmäßige Besuche auf dem Gelände erhalten wir transparente Einblicke in die Umsetzung ökologischer Maßnahmen. Risiken wie z. B. nicht eingehaltene Umweltstandards lassen sich so frühzeitig erkennen.

Persönliche Einschätzung:
Die praxisnahe Umsetzung nachhaltiger Konzepte und der enge Bezug zu unseren Projekten ermöglichen eine hohe ökologische Glaubwürdigkeit. Die Genossenschaft ist für uns ein Vorzeige-Beispiel für nachhaltige Kooperationen im Veranstaltungs- und Bildungsbereich.

Hauptsache Tiny GmbH (HT)

Maßnahmen für ökologische Nachhaltigkeit:
Die Produktion erfolgt in Deutschland – in einer zertifizierten Manufaktur in Mecklenburg-Vorpommern – mit Fokus auf nachhaltige Materialien und energieeffiziente Gestaltung. Das Design orientiert sich am Design for Disassembly / Cradle to Cradle-Prinzip, um Rückbaubarkeit und Materialwiederverwendung zu ermöglichen. Verwendet werden PEFC-zertifiziertes Holz, natürliche Dämmstoffe (Schafswolle, Seegras, Jute) und hochwertige Dreischichtplatten für ein gesundes Raumklima. Ein GEG-Nachweis belegt den ökologischen Anspruch.

Überprüfung / Umgang mit Risiken:
Durch die regionale Fertigung sind Lieferketten transparent und überschaubar. Regelmäßige persönliche Treffen und direkte Einblicke in die Manufaktur ermöglichen es, mögliche ökologische Risiken frühzeitig zu erkennen und zu steuern.

Persönliche Einschätzung:
Die Kombination aus regionaler Fertigung, nachhaltiger Materialwahl und langfristig ökologischen Bauprinzipien setzt Maßstäbe für ressourcenschonendes Bauen. HT ist für uns ein*e verlässliche*r Partner*in, der*die ökologisches Handeln konsequent in die Wertschöpfung integriert.

Weitere Lieferant*innen:

- **Solara:** Kürzere Transportwege, bessere Umweltbilanz da ohne Kohlestrom (wie oft in Asien der Fall) produziert wird, Unterstützung der heimischen Wirtschaft, hohe Qualität und deshalb Langlebigkeit / langsamere Degradation
- **DB (Deutsche Bahn)**: Im Bereich Mobilität setzen wir, wo möglich, auf die Bahn. Die DB arbeitet nach eigenen Angaben seit 2020 mit 100 % Ökostrom im Fernverkehr. Zertifikate für die Herstellung von Zügen sind nicht transparent zugänglich, allerdings bestehen Umweltmanagementsysteme nach ISO 14001 für große Teile des Konzerns.
- **CANVA**: Die Plattform gibt an, klimaneutral zu arbeiten und kompensiert seit 2021 ihre Emissionen. Zudem setzt Canva auf erneuerbare Energien in der Cloud-Infrastruktur (über Partner*innen wie Google Cloud).
- **AXA Versicherung**: AXA veröffentlicht jährlich einen Nachhaltigkeitsbericht, in dem Klimaneutralität in der Kapitalanlage und Investitionslenkung dokumentiert wird. Zugleich gibt es Kritik an Investitionen in fossile Energien.
- **Rohm & Partner StBG mbB**: Ein klassisches Steuerberatungsbüro, das bislang keine öffentlich zugänglichen ökologischen Nachhaltigkeitszertifikate vorweist. Wir haben die Steuerberatungsfirma gewechselt.
- **Kraft im Wandel gGmbH**: Die gemeinnützige Gesellschaft arbeitet nachweislich mit Fokus auf Nachhaltigkeit, Persönlichkeitsentwicklung und regenerativen Projekten. Sie bietet Räume und Trainings an, die ökologische Aspekte inhaltlich und praktisch integrieren.
- **Neupitz GmbH**: In der weiteren Zulieferkette können wir nur nachverfolgen, dass regionale und biologische Produkte eingekauft werden.

DieUmweltdruckerei

Maßnahmen für ökologische Nachhaltigkeit:
Die Umweltdruckerei verfolgt einen konsequenten Nachhaltigkeitsansatz, indem sie ausschließlich auf 100 % Recyclingpapier setzt und veganen Bio-Druckfarben verwendet, die mineralölhaltige Bestandteile durch Zutaten auf Basis nachwachsender Rohstoffe ersetzen. Der Druck erfolgt über Ökostrom, und unvermeidbare CO_2-Emissionen werden durch Investitionen in Klimaschutzprojekte kompensiert. Zudem engagiert sich das Unternehmen in öko-sozialen und kulturellen Projekten sowie im Artenschutz.

Überprüfung / Umgang mit Risiken:
Die Umweltdruckerei unterzieht sich regelmäßigen Audits und Zertifizierungsprozessen, um ihre Umweltleistung transparent darzulegen. Sie legt jährlich eine Umwelterklärung vor, die ihre erreichten Ziele und zukünftigen Vorhaben dokumentiert.

Persönliche Einschätzung:
Die konsequente Ausrichtung auf Nachhaltigkeit und die transparente Kommunikation ihrer Maßnahmen machen DieUmweltdruckerei zu einem *einer vertrauenswürdigen Partner*in im Bereich ökologischer Druckdienstleistungen.

Lokay Umweltdruckerei

Maßnahmen für ökologische Nachhaltigkeit:
Lokay Umweltdruckerei ist eine der führenden umweltfreundlichen Druckereien in Deutschland. Das Unternehmen verwendet FSC-zertifiziertes
Papier, Ökostrom, prozeßlose Druckplatten ohne giftige Chemikalien und verzichtet

vollständig auf den Einsatz von Isopropylalkohol. Lokay ist nach EMAS und dem Blauen Engel zertifiziert und wurde 2023 mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis ausgezeichnet.

Überprüfung / Umgang mit Risiken:
Lokay unterzieht sich regelmäßigen externen Audits und Zertifizierungen, um höchste Umweltstandards zu gewährleisten.Die Auszeichnung mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2023 unterstreicht das Engagement des Unternehmens für nachhaltige Praktiken.

Persönliche Einschätzung:
Mit über 20 Jahren Erfahrung in der umweltfreundlichen Medienproduktion und zahlreichen Auszeichnungen positioniert sich Lokay als Vorreiter im Bereich nachhaltiger Druckdienstleistungen.

Fazit: Unsere heterogene Zulieferkette beinhaltet von globalen Konzernen bis zu gemeinnützigen Pionierprojekten ein breites Spektrum. Während bei Konzernen wie AXA oder DB zwar Klimaschutzprogramme bestehen, bleibt die Transparenz teilweise begrenzt. Mit Partner*innen wie **Wir Bauen Zukunft eG, Hauptsache Tiny GmbH, der C2C NGO** oder **Kraft im Wandel gGmbH** können wir hingegen ein hohes Maß an ökologischer Konsequenz sicherstellen und gemeinsam gestalten.

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

2024
75 %

2023
70 %

Selbsteinschätzung



Erfahren

Umfassende Einkaufsrichtlinien, wie zugekaufte Produkte nach ökologischen Kriterien evaluiert und ausgewählt werden, sind ausgearbeitet. Bei fast allen wesentlichen Lieferant*innen werden überdurchschnittlich gute ökologische Standards erfüllt.

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

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Produkte/ Dienstleistungen zugekauft werden, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen?

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

A4.1 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Berichtsfragen

Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander?

Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Ein zentraler Bestandteil unseres Verständnisses von zirkulärem und verantwortungsvollem Wirtschaften ist die transparente Kommunikation über Materialien, Lieferketten und bestehende Grenzen. Vollständige Transparenz ermöglicht es, Risiken zu erkennen, Verbesserungspotenziale offenzulegen und gemeinsam an Lösungen zu arbeiten.

Um diesen Ansatz sichtbar zu machen, beteiligen wir uns mit w∞d.ii an der Transparenzkampagne von Karoline Habt (Prozessbegleitung Zirkuläres Bauen). Ziel der Kampagne ist es, Unternehmen Mut zu machen, auch Unvollständigkeiten und bestehende Herausforderungen in der Kreislaufführung offen darzustellen. Denn oftmals sind es gerade die kleinen Anteile – etwa 1 % an nicht bekannten oder nicht kreislauffähigen Materialien – die eine vollständige Kreislaufführung verhindern.

Die Kampagne lädt dazu ein, dieses vermeintliche Risiko ehrlicher Kommunikation in eine Form von Wertschätzung zu verwandeln: weg vom Anspruch der 100%igen Perfektion, hin zu einem Fokus auf Reflexion, Transparenz und Weiterentwicklung.

Mit unserer Teilnahme bekennen wir uns ausdrücklich zu dieser Haltung: Wir möchten nicht nur Erfolge in den Vordergrund stellen, sondern auch sichtbar machen, wo noch Herausforderungen bestehen und welche Schritte wir gemeinsam mit unseren Partner*innen entwickeln, um eine echte Kreislaufwirtschaft zu ermöglichen.

Hauptsache Tiny (HT) / Wir Bauen Zukunft eG (WBZ)

Transparenz & Mitbestimmung: HT positioniert sich als Manufaktur mit offener, kund*innennaher Zusammenarbeit; die Verbindung zur WBZ macht Werte, Vision und Formen des Miteinanders öffentlich sichtbar (Gemeinschaft, Permakultur, Co-Creation). Regelmäßige (öffentliche und private) Einblicke ins Projektgelände/Format der WBZ.

Unser Umgang: Mehrmals jährliche persönliche Treffen/Check-ins; kritische Themen werden aktiv adressiert; persönliche WBZ-Mitgliedschaft als zusätzlicher Vertrauensanker.

ggf. kritische Punkte: Kein formales Transparenz-/Nachhaltigkeitsreporting (z. B. nach GRI) bei HT; Informationen beruhen stark auf direktem Austausch vor Ort.

Solara GmbH (PV)

Transparenz & Mitbestimmung: Kommuniziert „Made in Germany“/eigene Fertigung; Produktinfos und Qualität stehen im Vordergrund. (Unternehmenskommunikation ist eher technisch, kein umfassender ESG-/People-Bericht.)

Unser Umgang: Bezug über Empfehlung von HT; Anliegen/Fragen direkt über kurze Wege adressierbar.

Kritische Punkte: Tiefe Sicht in vor- und vorgelagerte Rohstoffketten (Silizium, Wafer) nicht öffentlich; kein separater Menschenrechts-/Lieferkettenbericht ersichtlich.

C2C NGO

Transparenz & Mitbestimmung: Offene Wissensvermittlung (C2C LAB, Programme, Positionen) und regelmäßige Veröffentlichungen/Events fördern Teilhabe; Organisation erläutert Arbeits- und Organisationsprinzipien öffentlich.

Unser Umgang: Mitgliedschaft & laufender Austausch; gemeinsame Projekte; direkter kurzer Draht für Feedback.

ggf. kritische Punkte: Als NGO kein klassischer Lieferketten-Report.

Kraft im Wandel (Beratung)

Transparenz & Mitbestimmung: Stellt Leistungen, Methoden (u. a. Ecogood Business Canvas) und Werte offen dar; GWÖ-Rahmen als strukturiertes Transparenz-/Mitbestimmungs-Leitbild.

Unser Umgang: Direkter Co-Creation-Prozess; Feedback in Workshops wird dokumentiert und in die Begleitung übernommen.

ggf. kritische Punkte: Kein formaler Jahres-/ESG-Bericht (branchenüblich bei kleinen Beratungseinheiten).

MSM Steuerberatungsgesellschaft (B-Corp)

Transparenz & Mitbestimmung: Klare Positionierung (Female Founders, Impact) samt Arbeitsweise auf Website; zusätzlich B-Corp-Zertifizierung (externes Audit der Governance/Impact-Strukturen).

Unser Umgang: Laufender Austausch; Entscheidungen/Wechselwirkungen (Tools, Prozesse) werden mit uns besprochen.Transparenz zu eigenen Zulieferern (Software/DATEV).

ggf. kritische Punkte: Als Kanzlei keine klassische Lieferkette.

Rohm & Partner StBG mbB (früherer Steuerpartner)

Transparenz & Mitbestimmung: Kanzlei-Infos öffentlich; keine dedizierten Transparenzberichte.

Unser Umgang: Wechsel erfolgt, weil Kommunikation nicht „auf Augenhöhe“ – dokumentiert als Lessons Learned für unser Screening.

AXA (Versicherung)

Transparenz & Mitbestimmung: Umfangreiche ESG-/Nachhaltigkeitsberichte (inkl. Menschenrechte, Lieferant*innen-Kodex), UN Global Compact & Principles for Sustainable Insurance; Stakeholder-Dialoge dokumentiert.

Unser Umgang: ggf. Verbesserungspotential in Form von Feedback/Anfragen über Betreuer*in/Corporate-Kanäle; Policen-/Investment-Fragen platzierbar.

Kritische Punkte: NGOs kritisieren weiterhin fossile/umstrittene Finanzflüsse trotz Ausschlussregeln (Diskrepanz zwischen Policy und Praxis Gegenstand öffentl. Debatte).

Deutsche Bahn (Reise)

Transparenz & Mitbestimmung: Jährlicher Nachhaltigkeitsbericht;
eigener Verhaltenskodex für Geschäftspartner*innenmit Menschenrechtsanforderungen (ILO-Bezug); veröffentlichte Strategien & Kennzahlen.

Unser Umgang: Kundenservice-/Stakeholder-Kanäle; wir können nur öffentliche Reports nutzen und bei Bedarf Anfragen platzieren.

Kritische Punkte: Umsetzung in komplexen Lieferketten (Zulieferindustrie) bleibt teilweise intransparent für Endkund*innen.

Airbnb (Unterkunft)

Transparenz & Mitbestimmung: Öffentliche Nondiscrimination Policy & „Community Commitment“; Trust-&-Safety-Berichte.

Unser Umgang: Sehr seltene Nutzung; Feedback über Support möglich.

Kritische Punkte: Forschung belegt Diskriminierungsrisiken auf der Plattform (z. B. Harvard-Studie zu geringerer Annahmequote bei vermeintlich afroamerikanischen Namen).

Impact Hub Stuttgart (ehem. Wizemann Space) & Impact Hub Hamburg (105Viertel)

Transparenz & Mitbestimmung: Impact-Hubs veröffentlichen Werte/Programme, Community-Regeln/Code of Conduct (insb. Hamburg) und laden zu offenen Formaten/Events.

Unser Umgang: Laufender persönlicher Austausch; Kooperation vor Ort; Feedbackwege über Community-Teams.

ggf. kritische Punkte**:** Formale, vergleichbare Wirkungsberichte variieren je nach Standort (Franchise-Struktur).

Inoio GmbH

Transparenz & Mitbestimmung: Veröffentlicht Gemeinwohl-Bilanz, die Governance, Lieferkette und Stakeholder-Einbindung offenlegt.

Unser Umgang: Sehr kurze Feedbackschleifen (Freundschaft/Co-Working); Co-Design möglich.

Lokay e.K. (Druck)

Transparenz & Mitbestimmung: Offenlegung von Umwelt-/Produktzertifikaten (u. a. Cradle to Cradle, Blauer Engel, FSC/PEFC); Beratung zum materialkreislauffähigen Druck als Kunden-Mitgestaltung.

Unser Umgang: Auswahl über C2C-Empfehlung; Dialog zu Materialwahl möglich.

ggf. kritische Punkte: Kein umfassender Sozial-/Menschenrechtsbericht; Fokus liegt auf Öko-Transparenz.

DieUmweltdruckerei

Transparenz & Mitbestimmung: Detaillierte Transparenzseite (Öko-/Sozialkriterien, Lieferkette Papierfarben, Energie, Siegel) und Einblick in Partner*innen.

Unser Umgang: Auswahl auf Empfehlung Designpartner; Dialog zu Motiven/Papieren/Sozialkriterien möglich.

Kritische Punkte: Sozialkennzahlen (z. B. Entgelt/Vielfalt) weniger granular als Umweltangaben.

Autohaus Tobaben (Transport)

Transparenz & Mitbestimmung: Kommuniziert Werte „fair & freundlich“, Ausbildung/Arbeitgeberinfos; Feedback über Service/HR-Kanäle.

Unser Umgang: Direkter persönlicher Kontakt; schnelle Klärung bei Einsätzen (w∞d.ii).

Kritische Punkte: Kein formaler Nachhaltigkeitsbericht; externe Arbeitgeberbewertungen (gemischt) ergänzen Bild.

Neupitz GmbH (Retreat)

Transparenz & Mitbestimmung: Website vermittelt Werte (Diversität, Herzlichkeit, Lernen voneinander) und regionale Beschaffung; Feedback direkt mit Team/Hosting.

Unser Umgang: Enge Beziehung; wir haben beim Nachhaltigkeitsbericht unterstützt – Feedback wurde teilweise umgesetzt.

ggf. kritische Punkte: Kein formalisiertes ESG-Reporting (üblich für kleine Häuser).

Microsoft (IT)

Transparenz & Mitbestimmung: Umfassende Transparenz-/Menschenrechtsberichte; Supplier Code of Conduct; jährliche DEI-Daten; Richtlinien öffentlich.

Unser Umgang: Kund*innen-/Trust-Center & Compliance-Kanäle;als kleine Kund*innen begrenzter Einfluss auf Produktpolitik.

Kritische Punkte: 2024 Umstrukturierung von DEI-Teams sorgte für Kritik/Fragen zur Priorität; globale Lieferketten bleiben komplex.

Asana

Transparenz & Mitbestimmung: Veröffentlicht jährlich Diversity Report & People-Daten; beschreibt Programme/ERG-Strukturen.

Unser Umgang: Admin-/Support-Kanäle; Produktfeedback über Public Roadmap/Forum.

Kritische Punkte: Wie bei Tech üblich: Lücken in Diversität auf Senior-/Tech-Ebenen.

Personio

Transparenz & Mitbestimmung: Öffentliche DEI-Selbstdarstellung (Diversity Committee, Programme, Values); Karriere-/Kulturseiten als Primärquelle.

Unser Umgang: Kurze Wege über Customer Success; Feedback in Community/Portal.

Kritische Punkte: Noch kein umfassender, extern geprüfter ESG-Bericht (Stand Website).

sevDesk

Transparenz & Mitbestimmung: Über-uns/Karriere kommuniziert offene Kultur; jedoch wenig formale Berichte.

Unser Umgang: Direkter Support; Feature-Wünsche via Roadmap/Community.

Kritische Punkte: Geringe öffentliche Sozial-/Menschenrechts-Transparenz.

Canva

Transparenz & Mitbestimmung: Global Human Rights & Anti-Modern Slavery Policy öffentlich; beschreibt Lieferketten-Sorgfalt und Beschwerdekanäle.

Unser Umgang: Trust-/Compliance-Kontakt möglich; Produktfeedback über Community.

Kritische Punkte: Keine klassische ESG-Berichterstattung auf Konzernniveau (Startup-Struktur; punktuelle Policies).

Adobe

Transparenz & Mitbestimmung: Jährliche DEI-/Impact-Reports und ESG-Daten; Supplier Code; Stakeholder-Formate.

Unser Umgang: Admin/Support/Experience League; begrenzter Hebel als Start-Up Kund*in.

Kritische Punkte: Kritik an Lücken zw. Anspruch & gelebter Inklusion (branchenweit).

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

Ein Großteil unserer Partner*innen sind kleinere Unternehmen, Selbständige oder Initiativen, die sich stark an New Work und umhierarchischen Prinzipien wie der Soziokratie oder Holokratie orientieren. Viele dieser Akteur*innen verfügen jedoch nicht über die finanziellen Mittel, ein offizielles Label oder eine Zertifizierung zu erwerben. Daher prüfen wir nicht allein das Vorhandensein eines Siegels, sondern betrachten **strukturell die gelebten Werte und Praktiken**: transparente Arbeitsweisen und partizipative Zusammenarbeit. Auf diese Weise stellen wir sicher, dass Transparenz und Mitentscheidung in unseren Beschaffungsentscheidungen berücksichtigt werden – auch wenn dies nicht immer durch ein Label sichtbar gemacht wird.

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

2024

50 %

2023

50 %

Selbsteinschätzung



Fortgeschritten

Die Lieferkette wird aktiv und systematisch auf Risiken und Missstände überprüft, und mindestens ein Drittel der eingekauften Produkte und Rohwaren trägt ein entsprechendes Label. Erste Maßnahmen zur positiven Beeinflussung eines transparenten und partizipativen Umgangs aller Beteiligten entlang der Lieferkette werden umgesetzt.

Berührungsgruppe B

Eigentümer*innen, Eigenkapital- und Finanzpartner*innen

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B1.1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Berichtsfragen

Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden überlegt?

Welche Formen und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/ oder über Ethikbanken konnten umgesetzt werden?

Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken verringert werden?

Wie sind die Finanzpartner*innen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten?

WoodenValley gGmbH wurde als erstes Start-up in Deutschland direkt in Verantwortungseigentum gegründet – eine Rechtsform, die aktuell nur von wenigen Organisationen wie z. B. Goldeimer genutzt wird und im deutschen Rechtsrahmen eine Besonderheit darstellt. Diese Gründungsentscheidung war bewusst und modellhaft: Sie dient als strukturelle Verankerung unserer gemeinwohlorientierten Zielsetzung.

Als gemeinnützige GmbH in Verantwortungseigentum stellt WoodenValley sicher, dass kein Gewinn abgeschöpft werden kann und sämtliche Mittel dauerhaft im Unternehmen verbleiben. Es gibt keine privaten Gewinnbeteiligungen, keine Spekulationen mit Unternehmensanteilen und keine Ausschüttungen oder Kompensationszahlungen. Dadurch besteht eine dauerhafte Vermögensbindung und ein vollständiger Ausschluss individueller Gewinnabschöpfung. Durch die Satzung ist sichergestellt, dass auch bei Auflösung des Unternehmens die Mittel einem gemeinnützigen Zweck zufließen.

Unsere Eigentümerstruktur schützt das Unternehmen dauerhaft vor externer Einflussnahme und macht eine Übernahme durch Investoren unmöglich. Unsere A-Anteile mit Stimmrecht liegen ausschließlich bei Menschen, die sich aktiv bei WoodenValley engagieren. Ein Veto-Anteil liegt bei der Purpose Stiftung, damit niemand den Purpose aushebeln kann. Die Stiftung hält 1% Stimmrecht an unserem Unternehmen und macht unser Verantwortungseigentum rechtlich bindend. Wir bieten zwar Finanzierungsmodelle an, jedoch immer mit Impact-Fokus – von nachrangigen Darlehen bis zu rückkaufbaren Beteiligungen. Alles unter einer klaren Prämisse: Wachstum im Sinne der Sache, nicht im Sinne der Renditemaximierung. Damit der Fokus dort bleibt, wo er hingehört: auf Wirkung. Dies sichert die Unabhängigkeit und Selbstbestimmung des Unternehmens – zentrale Werte für uns. Die Verantwortung für strategische Entscheidungen liegt bei den Gründer*innen, die sich dem Unternehmenszweck verpflichtet haben und nicht eigennützig agieren. Es wird innerhalb eines wertebasierten Rahmens, der auf Transparenz, Verantwortung und langfristiger Wirkung beruht, agiert. Und strategische Entscheidungen zusätzlich teambasiert in einem gemeinsamen Prozess evaluiert.

In WoodenValley's Gründungs- und Entwicklungsphase erfolgt Finanzierung ausschließlich über Fremdkapital - durch Rückstellungen, kurzfristige Verbindlichkeiten sowie insbesondere langfristige Darlehen von Gesellschafter*innen und Banken. Finanzielle Mittel stammen von sorgfältig ausgewählten Finanzpartner*innen mit ethischer Ausrichtung. Dazu zählt die GLS Bank, die seit Jahrzehnten für sozial-ökologische Finanzwirtschaft steht. Die Nutzung von Paypal wird bei uns in den kommenden Monaten in eine teambasierte Entscheidungsfindung gehen. PayPal ist zwar zweifellos ein nützliches Tool für viele Menschen und Organisationen. Doch es steht auch wiederholt in der Kritik, wenn es um Transparenz, Ethik, Meinungsfreiheit und nachhaltige Unternehmensführung geht. Wenn wir weiterhin besonders auf ethische oder nachhaltige Geldflüsse achten möchten, müssen wir uns Alternativen wie FairPay, Tomorrow, Open Collective oder Stripe Climate (für Spenden- oder Zahlungsabwicklung) genauer anschauen. Für Spendenprojekte nutzen wir außerdem die Plattform betterplace.org. betterplace.org ist selbst eine gemeinnützige Organisation und gehört zur gut.org gAG. Sie versteht sich als Plattform, die sozialen Wandel unterstützt. Sie legt regelmäßig Transparenzberichte vor, etwa zur Mittelverwendung und zu den Spendenprojekten. Dennoch ist auch hier zu bedenken,

dass auch wenn betterplace.org selbst gemeinnützig handelt, Zahlungen teilweise über konventionelle Finanzdienstleister wie PayPal oder Banken abgewickelt werden, die nicht notwendigerweise den gleichen ethischen Ansprüchen genügen. Ein direkter Einfluss darauf ist jedoch begrenzt.

Stripe ist ein leistungsfähiger technischer Zahlungsdienstleister, der durch Stripe Climate erste Schritte in Richtung ökologischer Verantwortung unternimmt. Das begrüßen wir ausdrücklich.
Im Sinne der GWÖ-Matrix fehlt jedoch eine umfassende Ausrichtung am Gemeinwohl – insbesondere in Bezug auf Eigentumsstruktur, Kapitalverwendung und soziale Verantwortung.

Daher setzen wir Stripe gezielt dort ein, wo technische Anforderungen oder Nutzerfreundlichkeit dies erfordern, behalten aber mögliche Alternativen mit gemeinwohlorientierter Ausrichtung im Blick. Zudem prüfen wir die Beteiligung an Stripe Climate, um einen Teil der Zahlungsabwicklung zur Förderung echter Klimainnovation zu nutzen.

Mastercard als Teil unserer Zahlungsinfrastruktur steht in einem klaren Spannungsverhältnis zu unseren gemeinwohlorientierten Werten. Zwar sind einige Nachhaltigkeitsinitiativen sichtbar und teilweise unterstützenswert (z. B. CO_2-Tracking, finanzielle Inklusion), doch fehlt eine tiefgreifende strukturelle Ausrichtung an den Prinzipien der Gemeinwohl-Ökonomie – insbesondere hinsichtlich Eigentumsstruktur, demokratischer Mitbestimmung und sozialer Gerechtigkeit.

Wir setzen Mastercard daher nur dort ein, wo dies technisch unumgänglich oder durch externe Anforderungen bedingt ist. Parallel prüfen wir Alternativen wie die Solaris Bank/Tomorrow Bank, die stärker mit unseren Werten übereinstimmen, um langfristig auch hier konsequenter handeln zu können. Im privaten Bereich nutzen wir diese Möglichkeit bereits.

Unsere Versicherungspartnerin ist die AXA, die wir auf Basis ihrer aktualisierten ESG-Investitionsrichtlinien gewählt haben. Diese beinhalten unter anderem den Ausschluss fossiler Energieunternehmen und Investitionen in klima- und sozialpositive Projekte. Auch wenn AXA nicht zu den konsequent nachhaltigsten Anbietern zählt, wurde sie unter Abwägung von Risiko, Abdeckung und Nachhaltigkeitsstandards bewusst gewählt. Für die Zukunft streben wir an, noch stärker mit ESG-orientierten Anbietern zusammenzuarbeiten. Zudem ist es Ziel, den Eigenkapitalanteil mittelfristig zu stärken – durch nicht zweckgebundene Spenden, projektübergreifende Rücklagenbildung und ggf. die Umwandlung nachrangiger Gesellschafterdarlehen in eigenkapitalnahe Mittel. Ein stabiler Eigenkapitalanteil wird als wesentlich für die Resilienz, Unabhängigkeit und strategische Handlungsfähigkeit der Organisation angesehen.

Unsere Eigentumsstruktur orientiert sich an den Grundsätzen des Verantwortungseigentums. In Kombination mit der bewussten Auswahl ethisch orientierter Finanzdienstleister und dem Verzicht auf Kapitalabfluss entspricht sie in wesentlichen Punkten den Zielen der GWÖ-Matrix.

WoodenValley versteht sich nicht nur als wirtschaftlich tragfähiges Unternehmen, sondern als ein Modell für zukunftsfähiges Wirtschaften, das auf Selbstbestimmung, Verantwortung und Gemeinwohlorientierung beruht.

Eigenkapitalanteil

2024

0 %

2023

0 %

Die WoodenValley gGmbH verfügt zum Bilanzstichtag 31.12.2024 über kein bilanziell wirksames Eigenkapital. Das gezeichnete Stammkapital in Höhe von **25.000 €** ist durch Verluste aus der Aufbau- und Investitionsphase vollständig aufgebraucht. Entsprechend beträgt der **Eigenkapitalanteil an der Bilanzsumme 0 %**.

Diese Kapitalstruktur spiegelt die typische Situation gemeinnütziger Organisationen in der Gründungs- und Entwicklungsphase wider, insbesondere wenn der Aufbau von Infrastruktur, Personal und Wirkungskapazitäten mit vorfinanzierten Projektmitteln und Gesellschafterdarlehen erfolgt. Die WoodenValley gGmbH arbeitet bewusst mit einem Modell des **Verantwortungseigentums**, bei dem keine Ausschüttungen erfolgen und sämtliche Mittel dem Satzungszweck verpflichtet bleiben.

Ziel ist es, den Eigenkapitalanteil mittelfristig zu stärken – durch **nicht zweckgebundene Spenden, projektübergreifende Rücklagenbildung** und ggf. die **Umwandlung nachrangiger Gesellschafterdarlehen in eigenkapitalnahe Mittel**. Ein stabiler Eigenkapitalanteil wird als wesentlich für die Resilienz, Unabhängigkeit und strategische Handlungsfähigkeit der Organisation angesehen.

Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche

2024

25 %

2023

25 %

Branche / Organisationstyp	Durchschnittliche Eigenkapitalquote
GmbH allgemein (branchenübergreifend)	25 % – 35 %
Sozialwirtschaft / gGmbH / Gemeinnützigkeit	5 % – 15 % *(teilweise auch darunter)*
Bauwesen / Architektur / Ingenieurleistungen	20 % – 30 %
Start-ups im gemeinwohlorientierten Bereich	oft unter 10 % (mit starkem FK-Anteil)

Fremdkapitalanteil

2024

100 %

2023

100 %

Zum Bilanzstichtag 31.12.2024 betrug der **Fremdkapitalanteil der WoodenValley gGmbH 100 %**. Die gesamte Bilanzsumme von **370.025,51 €** ist durch Rückstellungen, kurzfristige Verbindlichkeiten sowie insbesondere **langfristige Darlehen von Gesellschaftern und Banken** finanziert.

Langfristiges Ziel ist es, die Fremdkapitalquote schrittweise zu reduzieren – durch Rückführung projektbezogener Darlehen, Bildung freier Rücklagen aus zukünftigen Überschüssen und eine solide Kapitalbasis zur Sicherung der operativen Resilienz.

Finanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart

2024

Finanzierungsart	Betrag (in €)
Bankdarlehen (GLS Bank)	115.134,68
Gesellschafter*innendarlehen	179.788,23
Spenden (ideeller Bereich)	30.690,69

2023

Finanzierungsart	Betrag (in €)
Bankdarlehen (GLS-Bank)	125.000
Gesellschafter*innendarlehen	138.199,94

Verbesserungspotenziale/Ziele

Alternativen zu PayPal, Stripe und Mastercard zur Förderung ethischer Zahlungsabwicklung

Aktuell verwenden wir PayPal zur Zahlungsabwicklung im Rahmen von Buchungen und Spenden. PayPal steht jedoch in der Kritik wegen mangelnder Transparenz bei Kontosperrungen, problematischer Datenverarbeitung und fehlender ökologischer oder gemeinwohlorientierter Ausrichtung. Diese Aspekte widersprechen in Teilen unseren ethischen und gemeinwohlorientierten Grundwerten.
Wir streben mittelfristig den Umstieg auf bzw. die Ergänzung durch gemeinwohlorientierte oder ethisch verantwortungsvollere Zahlungsdienstleister an. Dabei prüfen wir insbesondere Anbieter, die:

- transparente Entscheidungsprozesse verfolgen,
- nachhaltige und/oder gemeinwohlorientierte Geschäftsmodelle vorweisen können (z. B. FairCoin, OpenCollective, Tomorrow Bank),
- auf Datensparsamkeit und digitale Selbstbestimmung achten.

Zeithorizont:
Recherche geeigneter Alternativen bis Ende Q2 2026, Testphase ab Q3 2026.

Ziel:
Stärkung der Kohärenz zwischen unseren ethischen Grundsätzen und unseren finanziellen/operativen Werkzeugen, Förderung einer gemeinwohlorientierten Zahlungsinfrastruktur.

Selbsteinschätzung



Erfahren

Eigenkapitalanteil überschreitet den Branchendurchschnitt beachtlich. Wesentlicher Teil solidarisch finanziert über Berührungsgruppen und/ oder durch Kredit von einer Ethikbank und fortschreitende Ablöse konventioneller Kredite. Finanzpartner*innen sind mehrheitlich auf ethisch-nachhaltige Finanzdienstleistungen spezialisiert.

Hier nehmen wir die Vollbilanz zu Rate und nehmen einen Durchschnittswert.

1. Eigenkapital (Erste Schritte)
2. Finanzierung über ethische Bank (Fortgeschritten)
3. Ethische Haltung externer Partner*innen (mit GLS Bank punkten bis Vorbildlich)

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B2.1 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Berichtsfragen

Welche notwendigen Zukunftsausgaben konnten ermittelt werden, und wie weit sind ihre Deckung und zusätzliche Risikovorsorge möglich?

Welche Ansprüche stellen die Eigentümer*innen an Kapitalerträge mit welcher Begründung?

Als gemeinnützige GmbH in Verantwortungseigentum verfolgt WoodenValley keine gewinnorientierten Ziele. Stattdessen dient die wirtschaftliche Tätigkeit ausschließlich der Verwirklichung des satzungsgemäßen Zwecks – der Förderung zukunftsfähiger, kreislaufbasierter Bau- und Bildungsansätze im Sinne des Gemeinwohls. Bislang hat WoodenValley keine Gewinne erzielt, wodurch aktuell auch keine Rücklagen gebildet werden konnten.

Sobald Gewinne erwirtschaftet werden, ist satzungsgemäß festgelegt, dass diese ausschließlich dem gemeinnützigen Unternehmenszweck zufließen und im Unternehmen verbleiben. Ein Abfluss in Form von Ausschüttungen oder privaten Entnahmen ist dauerhaft ausgeschlossen. Die Priorität liegt dann auf dem schrittweisen Aufbau von Rücklagen zur finanziellen Resilienz, verbunden mit gezielten Investitionen in die Wirkung und strukturelle Weiterentwicklung der Organisation.

Investitionen bei WoodenValley orientieren sich konsequent am Prinzip der Nachhaltigkeit. Dies zeigt sich unter anderem in der Auswahl der Partner*innenunternehmen, der Förderung von Open-Source-Wissenstransfer sowie dem Fokus auf langfristig nutzbare Infrastruktur und gemeinwohlorientierte digitale Plattformen. Die Allokation von Mitteln folgt dabei keinen kurzfristigen wirtschaftlichen Kriterien, sondern wird unter Einbezug von sozialen, ökologischen und bildungsbezogenen Wirkungszielen bewertet.

Trotz des aktuell begrenzten finanziellen Spielraums achten wir bereits in der Anfangsphase auf eine wertebasierte Kapitalverwendung. So investieren wir Zeit und Mittel bevorzugt in gemeinwohlorientierte Kooperationen, Bildungsarbeit und Transparenzformate, die den sozialen Nutzen maximieren – selbst wenn sie kurzfristig keine finanziellen Erträge versprechen.

Die laufende Weiterentwicklung des Unternehmens wird derzeit durch eine gezielte Nutzung von Fördergeldern und Erträgen aus Kooperationen ermöglicht. Diese Mittel fließen vor allem in die kontinuierliche Verbesserung von w∞d.ii, einen Fokus auf Bindung und Gewinnung von Kund*innen und Partner*innen, sowie Weiterbildung unserer Mitarbeitenden und kontinuierliche Organisationsentwicklung. So stellen wir sicher, dass WoodenValley auch ohne klassische Gewinnerzielung kontinuierlich lernen, wachsen und wirksam sein kann.

Zukünftig streben wir einen gezielten Aufbau von Rücklagen an, um insbesondere:

- die Wirkung langfristig absichern zu können,
- Resilienz in Krisenzeiten zu stärken und
- gemeinwohlorientierte Innovationsprojekte eigenständig realisieren zu können.

Diese Mittel sollen bewusst nicht in klassisches Wachstum, sondern in qualitatives Wachstum fließen – d. h. in gesellschaftlichen, ökologischen und bildungsbezogenen Mehrwert, in einem Tempo, das mit unseren personellen und inhaltlichen Kapazitäten sinnvoll vereinbar ist.

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit

2024

0 €

2023

0 €

Im Geschäftsjahr 2024 wies die WoodenValley gGmbH einen **negativen Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit** aus. Dieser Mittelabfluss resultiert im Wesentlichen aus dem geplanten und gezielten Aufbau betrieblicher Strukturen, dem starken Investitionsschub im Zusammenhang mit dem Bildungsprojekt *w∞d.ii* sowie dem bewussten Vorziehen projektbezogener Ausgaben im Rahmen bewilligter Fördermaßnahmen.

Der Mittelabfluss ist charakteristisch für gemeinnützige Organisationen in der **Wachstums- und Aufbauphase**, insbesondere wenn Investitionen und Personalausbau durch zeitlich versetzte Fördermittelzuflüsse und projektgebundene Abrechnungszyklen begleitet werden. Die Liquiditätssteuerung erfolgte im Berichtsjahr durch eine Kombination aus projektbezogenen Fördermitteln, Gesellschafterdarlehen in Verantwortungseigentum sowie Rückgriff auf vorhandene liquide Mittel aus dem Vorjahr.

Trotz des bilanziellen Fehlbetrags war die Zahlungsfähigkeit der Organisation durchgängig gewährleistet. Die mittelfristige Finanzplanung sieht vor, künftige operative Mittelüberschüsse gezielt zur Stärkung der Rücklagenbasis und zur Entlastung der Fremdkapitalstruktur einzusetzen.

Gesamtbedarf Zukunftsausgaben

2024

300.000 €

2023

300.000 €

Zum Bilanzstichtag 31.12.2024 ergibt sich für die WoodenValley gGmbH ein Gesamtbedarf an Zukunftsausgaben in Höhe von rund **287.000 bis 310.000 €**. Dieser Bedarf resultiert vor allem aus langfristig gebundenen Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern und Kreditinstituten, noch nicht realisierten Investitionsvorhaben (insbesondere Anlagen im Bau), Rückstellungen für künftige Verpflichtungen sowie kurzfristigen offenen Zahlungsverpflichtungen.

Die größten Positionen entfallen auf:

- **Langfristige Gesellschafterdarlehen** in Höhe von **179.726,65 €**,
- ein **Bankdarlehen** in Höhe von **115.134,68 €**,
- sowie eine noch nicht fertiggestellte Infrastrukturinvestition (*Anlagen im Bau*) von **61.969,73 €**.

Diese Posten stellen nicht nur eine finanzielle Verpflichtung dar, sondern spiegeln auch die zukunftsgerichtete Ausrichtung der Organisation wider. Der Mittelbedarf ist eingebettet in eine vorausschauende Finanzstrategie, die auf einer Mischung aus Fördermitteln, zweckgebundenen Eigenleistungen und langfristig tragfähigen Einnahmemodellen basiert.

Die Finanzierung der Zukunftsausgaben erfolgt über eine Kombination aus projektbezogener Förderung (z. B. Investitionszuschüsse), Gesellschafterbeiträge in Verantwortungseigentum sowie kontinuierlicher Mittelakquise im Bildungs- und Forschungsbereich. Alle Ausgaben orientieren sich am satzungsgemäßen Zweck und verfolgen einen klaren gemeinwohlorientierten Mehrwert.

Getätigte/r strategischer Aufwand/ strategische Ausgaben

2024

140.000 €

2023

32.000 €

Im Berichtszeitraum 2023–2024 hat die WoodenValley gGmbH gezielt in den strukturellen und strategischen Aufbau der Organisation investiert. Im Zentrum standen Maßnahmen zur langfristigen Wirkungssicherung, zur Entwicklung gemeinwohlorientierter Geschäftsmodelle sowie zum Aufbau eines stabilen operativen Fundaments.

Im Geschäftsjahr 2023 lag der Fokus vor allem auf den Grundlagen der Organisationsentwicklung. Getätigte strategische Ausgaben in Höhe von ca. **32.000 €** umfassten insbesondere:

- erste Investitionen in Infrastruktur und Ausstattung,
- Gehaltskosten für Aufbaupersonal,
- Beratungskosten im Kontext strategischer und rechtlicher Fragen,
- Fortbildungen und digitale Infrastruktur,
- sowie eine Beteiligung an einer Genossenschaft zur langfristigen Netzwerkverankerung.

Im Geschäftsjahr 2024 wurde der strategische Aufbau erheblich intensiviert. Der strategische Aufwand belief sich auf insgesamt rund **140.000 €** und konzentrierte sich auf:

- größere Investitionen in Infrastrukturprojekte (v. a. den mobilen Bildungsraum *w∞d.ii*),
- die Anstellung einer hauptamtlichen Geschäftsführung,
- Ausbau der internen Verwaltungs- und Controllingstruktur,
- Kommunikationsdesign und strategische Öffentlichkeitsarbeit,
- sowie Spenden und Zuwendungen an Partnerorganisationen zur Förderung gemeinsamer Ziele.

Diese Ausgaben dienten der langfristigen Stabilisierung der Organisation, dem Aufbau von gemeinwohlorientiertem Wissenstransfer im Bereich klimapositiven Bauens sowie der Vorbereitung auf zukünftige Wirkungsprojekte und Förderpartnerschaften.

Anlagenzugänge

2024

70.506,09 €

2023

2.507,44 €

Im Zeitraum 2023–2024 tätigte die WoodenValley gGmbH gezielte Investitionen in langlebige Infrastruktur zur Umsetzung ihrer gemeinnützigen Ziele. Während die Anlagenzugänge im Geschäftsjahr 2023 mit insgesamt **2.507,44 €** noch auf die Anschaffung grundlegender Betriebsausstattung und strategischer Netzwerkbeteiligungen (Genossenschaftsanteile) beschränkt waren, erfolgte 2024 ein deutlicher Ausbau des Anlagevermögens. Im Mittelpunkt stand dabei der Aufbau des mobilen Bildungsraums *w∞d.ii*, einer rollenden Plattform für zirkuläres Bauen und Klimabildung.

Die gesamten Anlagenzugänge beliefen sich im Jahr 2024 auf **70.506,09 €**. Davon entfielen **61.969,73 €** auf geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau, **6.961,36 €** auf Betriebs- und Geschäftsausstattung sowie **2.075,00 €** auf bauliche Investitionen auf fremdem Grund. Diese Ausgaben dienen unmittelbar dem gemeinwohlorientierten Zweck der Organisation und stärken die langfristige Wirkungsfähigkeit im Bereich Bildung, Klimaschutz und nachhaltiger Baukultur.

Die Investitionspolitik der Organisation orientiert sich konsequent an ihrem gemeinnützigen Auftrag und zielt darauf ab, eine stabile infrastrukturelle Grundlage für Bildungsarbeit, Forschungskooperationen und öffentlichkeitswirksame Projekte zu schaffen.

Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn)

2024

0 €

2023

0 €

Die **Zuführung zu Rücklagen** (= nicht entnommener Gewinn) ist im Jahresabschluss der WoodenValley gGmbH für die Jahre **2023** und **2024nicht erfolgt**, da in beiden Jahren ein **Jahresfehlbetrag** vorliegt.

Auszuschüttende Kapitalerträge

2024

0 €

2023

0 €

In den Berichtsjahren 2023 und 2024 wurden keine Kapitalerträge ausgeschüttet. Als gemeinnützige Organisation in Verantwortungseigentum ist eine Gewinnausschüttung an Gesellschafter satzungsgemäß ausgeschlossen

Auszuschüttende Kapitalerträge in % vom Stamm- oder Grundkapital

2024

0 %

2023

0 %

In den Geschäftsjahren 2023 und 2024 wurden keine Kapitalerträge ausgeschüttet. Damit beträgt die Ausschüttungsquote 0 % bezogen auf das gezeichnete Stammkapital (25.000 €). Als gemeinnützige GmbH in Verantwortungseigentum sind Gewinnausschüttungen an Gesellschafter satzungsgemäß ausgeschlossen. Stattdessen erfolgt bei zukünftigen Überschüssen eine vollständige Reinvestition in gemeinwohlorientierte Rücklagen.

Selbsteinschätzung

Aktuell nicht bewertungsrelevant, weil noch kein positives Ergebnis erreicht wird.

B2.2 Negativ-Aspekt: Unfaire Verteilung von Geldmitteln

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Verteilung von Geldmitteln trotz stabiler Gewinnlage fair erfolgt?

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

Ja, wir können bestätigen, dass die Verteilung von Geldmitteln trotz stabiler Gewinnlage fair erfolgt.

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

B3.1 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Berichtsfragen

Welche Sanierungsziele am/ im eigenen Betrieb haben ein soziales und ökologisches Verbesserungspotenzial?

Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt und welche Förderprogramme können genutzt werden?

Welche Investitionen wurden/werden konkret vorgenommenen?

In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?

WoodenValley verfolgt als gemeinnütziges Sozialunternehmen konkrete Sanierungs- und Entwicklungsziele mit hohem sozial-ökologischen Potenzial, insbesondere in den Bereichen zirkulärer Bau, Bildungsangebote zur Kreislaufwirtschaft und CO_2-Bindung sowie der Erstellung mobiler Lernformate.

1. Sanierungs- und Investitionsziele mit sozial-ökologischem Potenzial

Aktuelle und geplante Vorhaben, die auf ökologische oder soziale Verbesserungen im Unternehmen und seinem Wirkungskontext abzielen, sind unter anderem:

- Weiterentwicklung von w∞d.ii, einem physischen, mobilen Tiny House, das als Lehr- und Lernort für zirkuläres Bauen, regenerative Materialien und CO_2-Speicherung im Bauwesen dient
- Entwicklung von Bildungsprogrammen und Workshop-Reihen zur Vermittlung von Wissen über Kreislaufwirtschaft nach Cradle to Cradle und regenerativem Bauen sowie Aufbau eines Personal- und Materialpools zur Durchführung praktischer Bildungsformate an wechselnden Orten (Schulen, Festivals, Kommunen, Unternehmen, etc.)
- Stärkung interner Prozesse und Organisationsstrukturen, um gemeinwohlorientiertes Wachstum effizient und teamgerecht zu gestalten

2. Finanzierung und Fördermittel

Zur Realisierung dieser Ziele nutzt WoodenValley eine Kombination aus:

- Öffentlichen Fördermitteln (z. B. durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK), investBW oder das Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg (MLR) im Rahmen der Holzbau-Offensive)
- Projektbezogenen Einnahmen aus Kooperationen mit Bildungs-, Forschungs- und Verwaltungspartner*innen
- Erträgen aus Bildungs- und Beratungsangeboten, insbesondere in den Bereichen zirkuläres Bauen, Dekarbonisierung und Klimabildung

Eine strategische Priorität liegt auf der passgenauen Auswahl von Förderprogrammen, um inhaltliche Integrität und Wirkungstreue zu sichern. Fördermittel werden nur beantragt, wenn ihre Anforderungen mit den Ressourcen und Zielen des Teams vereinbar sind.

3. Bisherige Investitionen

Auch wenn WoodenValley bislang keine signifikanten Rücklagen bilden konnte, wurden mit Hilfe von Fördermitteln und Kooperationsbeiträgen substantielle Investitionen in Infrastruktur und Wirkungsträger getätigt:

- Planung, Bau und Ausstattung von w∞d.ii 1 und 2, unserem mobilen Tiny House als physischen Bildungs- und Demonstrationsraum
- Anschaffung von Werk- und Ausstellungsmaterialien, insbesondere für den Einsatz im mobilen Bildungsbereich
- Aufbau eines mobilen Workshop-Setups und entsprechenden Materialien
- Investitionen in die interne Qualifizierung und Teamentwicklung

4. Beteiligung an sozial-ökologischer Finanzierung

WoodenValley verfügt bislang nicht über finanzielle Überschüsse, um externe sozial-ökologische Projekte aktiv zu finanzieren. Derzeit liegt der Fokus auf Aufbau und Stabilisierung der eigenen Struktur. Dennoch achtet WoodenValley gezielt auf sozial-ökologische Auswirkungen und engagiert sich folgendermaßen.

- Wissensweitergabe und infrastrukturelle Unterstützung für andere Bildungs- und Transformationsprojekte
- Netzwerkaktivitäten in gemeinschaftlich getragenen Projektstrukturen
- Mitwirkung in Pilotprojekten und Fachgremien, z. B. zur CO_2-Bilanzierung biogener Baustoffe und zur Zertifizierung klimapositiver Bauweisen
- Genossenschaftliche Mitgliedschaften als sozial-ökologische Investition
    - Anstatt Finanzanlagen auf klassischen Kapitalmärkten zu tätigen, investieren wir in immaterielles Gemeinwohlvermögen – z. B. durch die Mitgliedschaft in Genossenschaften, die sich für sozial-ökologische Transformation einsetzen.cUnsere Mitgliedschaften in folgenden Genossenschaften sind Ausdruck dieses Verständnisses von verantwortungsvoller Kapitalverwendung:
- **TIBO e.G. (Transformations- und Innovationsgenossenschaft Bad Oldesloe):** Wir unterstützen mit unserer Mitgliedschaft eine Regionalentwicklung, die auf Resilienz, Nachhaltigkeit und gemeinschaftliches Wirtschaften abzielt – und damit Alternativen zur extraktiven Ökonomie fördert.
- **Wir Bauen Zukunft e.G.:** Unsere Beteiligung ist eine Investition in immaterielles Vermögen in Form von Zukunftskompetenz, Baukultur und regenerativem Denken. Die Genossenschaft steht für ökologisches Bauen, zivilgesellschaftliches Lernen und Co-Kreation.
- **FUX e.G. (Freie und unabhängige Zwischennutzung):** Mit unserer Mitgliedschaft tragen wir zur langfristigen Sicherung kultureller und sozialer Freiräume bei und stärken eine Form der Stadtentwicklung, die sich am Gemeinwohl statt an Kapitalinteressen orientiert.
- **CoWork Land e.G.:** Als Teil dieses bundesweiten Netzwerks für gemeinwohlorientierte Coworking-Strukturen auf dem Land fördern wir eine dezentrale Arbeitskultur, die Pendelverkehr reduziert, ländliche Regionen stärkt und soziale Innovation begünstigt. Selbst sind wir aktuell keine aktiven Nutzer*innen der Coworking Strukturen.
- **Netzwerk Zukunftsorte Mitglied:** Unsere Mitgliedschaft unterstützt ein Netzwerk von Orten, die gemeinschaftlich und nachhaltig den ländlichen Raum neu gestalten – mit Fokus auf Co-Kreation, Teilhabe, Gemeinwohlökonomie und ökologische Entwicklung.

Diese Investitionen bringen uns zwar teils auch ideelle oder projektbezogene Vorteile, dienen jedoch primär der Förderung gemeinwohlorientierter Strukturen und der Umlenkung finanzieller Mittel hin zu sozial-ökologisch wirksamen Akteur*innen. Die strategische Umlenkung von Ressourcen hin zu Strukturen, die gesellschaftliche Resilienz, Umweltbewusstsein und Mitgestaltung ermöglichen, fördern Wissensallmende, ökologische Baukultur, regionale Entwicklung und demokratische Innovationsräume – Werte, die auch WoodenValley im Kern trägt.

Mittelfristig ist geplant, bei höherer finanzieller Stabilität auch als Mikroförderpartner*in oder Unterstützer*in strukturschwächerer Initiativen aktiv zu werden.

Investitionsplan inkl. des ökologischen Sanierungsbedarfs

2024

Geplante Investition	Betrag (in €)
w∞d.ii	90.000

Die WoodenValley gGmbH investierte im Zeitraum 2024 gezielt in die Fertigstellung und Ausstattung ihres ersten mobilen Lernraums **w∞d.ii**, der als zirkulärer Bildungsbau für Umweltbildung, Klimagerechtigkeit und zirkuläres Bauen eingesetzt wird.

Die Finanzierung erfolgt über **Fördermittel, projektgebundene Zuschüsse, Spenden** sowie **verantwortungsvoll eingesetzte Gesellschafter*innendarlehen**.

Ziel der Investition ist es, einen bundesweit einsetzbaren Demonstrator für zukunftsfähiges Bauen und Bildung im Kontext der sozial-ökologischen Transformation bereitzustellen – mit niedrigschwelliger Ansprache und hohem Symbolwert.

Realisierung der ökologischen Investitionen

Im Jahr 2024 realisierte die WoodenValley gGmbH den **ersten w∞d.ii** – einen mobilen Lernraum für Klimagerechtigkeit, Kreislaufwirtschaft und nachhaltiges Bauen. Der Bau stellt eine gezielte ökologische Investition dar, die sowohl in baulicher als auch in pädagogischer Hinsicht auf langfristige Wirkung ausgerichtet ist.

Die Umsetzung erfolgte unter konsequenter Berücksichtigung ökologischer Kriterien:

- **Konstruktion in kreislauffähiger Holzleichtbauweise** mit hoher CO_2-Speicherleistung
- **Verzicht auf Verbundmaterialien** zugunsten trennbarer, sortenreiner Bauteile
- **Einbau einer emissionsfreien Lehmdeckenheizung**, die sowohl thermische als auch raumklimatische Vorteile bietet
- **Verwendung von biogenen Materialien** wie Lehm, Hanf, Massivholz und natürlichen Ölen und Farben
- **Integration von Raumklimasensorik**, die CO_2, Luftfeuchtigkeit, Temperatur, Helligkeit und Lautstärke erfasst
- **Vollständige Modularität und Mobilität**, um den Lernraum an wechselnden Einsatzorten nutzbar zu machen – z. B. auf Schulhöfen, Festivals oder Bildungsevents

Die Realisierung wurde durch Fördermittel, zivilgesellschaftliches Engagement und strategische Vorfinanzierung über Gesellschafterdarlehen ermöglicht. Der erste w∞d.ii dient seither als **sichtbarer Leuchtturm für zukunftsfähiges Bauen** und als niederschwelliger Zugang zur Frage, wie Bildung, Klima und Kreislaufdenken räumlich zusammengebracht werden können.

Finanzierte Projekte

Im Berichtszeitraum 2023–2024 wurden durch die WoodenValley gGmbH mehrere gemeinwohlorientierte Projekte mit Fördermitteln, Eigenleistungen und zivilgesellschaftlicher Unterstützung realisiert oder gestartet. Die Projekte sind konsequent auf Bildung, Klimaschutz und zirkuläres Bauen ausgerichtet.

1. w∞d.ii – der mobile Lernraum für Klimagerechtigkeit und Kreislaufwirtschaft

→ Realisierung 2024, Einsatz ab 2025

- gefördert u. a. durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) im Rahmen sozial-ökologischer Innovationsförderung
- Ziel: niedrigschwellige Umweltbildung für Kinder, Jugendliche und Erwachsene in ländlichen wie urbanen Räumen
- Investitionsvolumen: rund 100.000 €
- Beitrag zur Klimakommunikation, Partizipation und Materialwende im Bausektor

2. GEFION – CO_2-Zertifikate für klimapositive Holzsystembauten

→ Laufzeit 2023–2025

- gefördert durch das Land Baden-Württemberg (Holzbau-Offensive)
- Ziel: Entwicklung einer digitalen Methodik zur Ausstellung von CO_2-Speicherzertifikaten für Holzbauprojekte
- wissenschaftliche Leitung und Umsetzung durch WoodenValley

- Beitrag zur Standardisierung und Transparenz von Kohlenstoffspeicherung im Bauwesen
- Investitionsvolumen: rund 150.000 €

3. Beteiligung an Bildungs- und Transformationsprojekten

- Mitwirkung an Workshops, Fachforen und Pilotprojekten zur Kreislaufwirtschaft im Baubereich
- Eigenfinanzierte Beiträge zu Schulkooperationen, Messeauftritten und Weiterbildungsformaten
- strategische Vorleistung für weitere Projektakquise

Fonds-Veranlagungen

Im Berichtszeitraum wurden keine Mittel in Fonds, Aktien oder andere Kapitalmarktprodukte investiert. Die WoodenValley gGmbH verfolgt eine gemeinwohlorientierte Finanzstrategie, bei der liquide Mittel projektbezogen, zweckgebunden und risikominimierend eingesetzt werden. Eine spekulative oder renditeorientierte Kapitalveranlagung erfolgt nicht.

Selbsteinschätzung



Fortgeschritten

Bis zu 30% des aktualisierten Sanierungsbedarfs wurden realisiert. Mind. 60% der Neuinvestitionen führen zu einer deutlichen Verbesserung der sozial-ökologischen Auswirkungen im Unternehmen und mehrheitliche Veranlagung in ethisch-nachhaltige/ sozial-ökologische Projekte.

B3.2 Negativ-Aspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass das Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut oder dass zumindest eine mittelfristige Ausstiegsstrategie verfolgt wird?

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

WoodenValley kann bestätigen, dass unser Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen basiert, sondern im Gegenteil auf die Vermeidung, Reduktion und Kreislaufführung von Ressourcen ausgerichtet ist.

Einzelne unvermeidbare Punkte ökologischer Belastung nehmen wir jedoch transparent in den Blick. So sind wir uns bewusst, dass das derzeit eingesetzte Zugfahrzeug für unseren mobilen Lernraum w∞d.ii mit fossilem Treibstoff betrieben wird.

Eine vollständig emissionsfreie, praxis-taugliche Alternative (z. B. ein E-Fahrzeug mit ausreichender Zuglast und Anhängerzulassung) steht uns aktuell wirtschaftlich und technisch nicht zur Verfügung.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Einsparung fossiler Treibstoffe

Um die durch Transporte verursachten Emissionen so gering wie möglich zu halten, haben wir bewusst die Nutzungs- und Vermietungsreichweite von w∞d.ii auf einen Umkreis von maximal 100 km rund um Hamburg und Stuttgartbegrenzt. Damit reduzieren wir Fahrtstrecken und fördern regionale Bildungsarbeit mit möglichst niedrigem ökologischem Fußabdruck.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Umgang mit Zugfahrzeug für w∞d.ii

Wir verfolgen eine mittelfristige Ausstiegsstrategie, die Folgendes umfasst:

- Beobachtung der technischen Entwicklung und Marktverfügbarkeit geeigneter E-Zugfahrzeuge
- Prüfung von Kooperationen mit Mobilitätsdienstleistern oder kommunalen Partnern, um emissionsarme Alternativen nutzbar zu machen
- Parallel dazu arbeiten wir an der Reduktion der Transportnotwendigkeit, z. B. durch mehrtägige lokale Bildungsstationen, die mehrere Zielgruppen nacheinander bedienen.

Unser Anspruch bleibt, auch in diesem Bereich so schnell wie möglich auf eine regenerative Lösung umzusteigen, sobald dies funktional und wirtschaftlich realisierbar ist.

B4 Eigentum und Mitentscheidung

B4.1 Eigentum und Mitentscheidung

Berichtsfragen

Wer sind die Eigentümer*innen, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?

Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?

Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer*innen gesichert und wie wird die neue Gemeinschaft auf diese Aufgaben vorbereitet?

Wie hat sich die Eigentümer*innenstruktur in den letzten Jahren entwickelt, und wie wird die Veränderung abgesichert?

Wie schon in B1 erläutert, wurde WoodenValley als erste gemeinnützige GmbH in Deutschland direkt in Verantwortungseigentum gegründet mit Fokus auf dauerhafte Führung im Sinne des Gemeinwohls und Unabhängigkeit von persönlichen Gewinninteressen. Der Aufbau dieser Struktur wurde in enger Begleitung der Purpose Stiftung realisiert.

1. Eigentümer*innenstruktur: Rechte, Pflichten und Haftung

Die Eigentümer*innenstruktur folgt dem Prinzip des Verantwortungseigentums:

- Die Anteile an der gGmbH befinden sich vollständig bei den Gründer*innen, die nicht privatwirtschaftlich an der Wertsteigerung des Unternehmens partizipieren dürfen und wollen.
- Entnahmen oder Ausschüttungen an die Gründer*innen/Eigentümer*innen sind satzungsgemäß ausgeschlossen; alle erwirtschafteten Mittel verbleiben im Unternehmen oder werden gemeinnützig verwendet.
- Die Rechte und Pflichten der Gründer*innen/Eigentümer*innen orientieren sich nicht an Kapitalrendite, sondern an gemeinwohlorientierter Unternehmensführung, Erhaltung des Unternehmenszwecks und wertegeleiteter Steuerung.
- Die Haftung ist – wie bei einer GmbH üblich – auf das Gesellschaftsvermögen beschränkt.

2. Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung

Die Unternehmensführung liegt bei einem kleinen Kreis an Verantwortlichen, die sowohl inhaltlich-strategisch als auch organisatorisch eingebunden sind. Mitbestimmung und Entscheidungen erfolgen auf Basis einer partizipativen Grundhaltung, die auch nicht-gründende Mitarbeiter*innen einschließt:

- Wichtige strategische Entscheidungen werden gemeinsam vorbereitet und in Konsentverfahren beschlossen.
- Operative Teammitglieder sind frühzeitig in Entscheidungsprozesse eingebunden.
- Eigentumsbeteiligung im Sinne einer klassischen Kapitalbeteiligung ist ausgeschlossen; die Beteiligung erfolgt über inhaltliche Verantwortung und Rollenübernahme.
- Die formale Geschäftsführung ist Teil eines gleichberechtigt kooperierenden Kernteams.

Als Teil der Organisationsenwicklung hat WoodenValley das rollenbasierte Arbeiten für sich angenommen. Dabei werden Aufgaben nicht mehr rein hierarchisch, sondern entlang definierter Rollen, Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten verteilt. Dieses Vorgehen stärkt die Selbstorganisation und Mitverantwortung im Team und erlaubt es, Entscheidungen dort zu treffen, wo das Wissen liegt. Rollen können dynamisch angepasst werden und fördern so sowohl individuelle Entwicklung als auch organisationale Resilienz. Die Einbindung externer Berührungsgruppen findet in zweier Weise statt: 1. in der Entwicklung unserer Dienstleistungen, in die wir Kund*innen aktiv einbinden und Vorschläge zu Anpassungen und (Weiter)Entwicklungen berücksichtigen und 2. in der aktiven Miteinbeziehung unserer Lieferant*innen in die Entwicklung und den Bau unseres Lernmobils w∞d.ii.

3. Transparenz und Vorbereitung auf Entscheidungsverantwortung

WoodenValley legt großen Wert auf transparente Entscheidungsfindung und klare Kommunikationswege:

- Entscheidungen werden dokumentiert und regelmäßig im Team reflektiert.
- Neue Mitglieder der Gemeinschaft werden in die Grundlagen der Struktur (z. B. Verantwortungseigentum, Gemeinwohlbindung, Geschäftsmodell) eingeführt.
- Wissensweitergabe findet aktiv durch Shadowing, Co-Leadership, interne Dokumentation und gemeinsame Reflexionsformate statt.
- Das rollenbasierte Arbeiten ermöglicht dabei ein klares Verständnis von Entscheidungsbereichen und Verantwortungen. So entsteht eine solide Grundlage für zunehmende Mitentscheidung im wachsenden Team.

4. Entwicklung und Absicherung der Eigentumsstruktur

Die Eigentumsstruktur war von Anfang an bewusst so gewählt, dass sie Veränderung durch Kapitalinteressen, Aufkäufe oder Machtkonzentration ausschließt.

- Durch die satzungsgemäße Gemeinwohlbindung der gGmbH sowie Regelungen zur Nichtveräußerbarkeit der Anteile ist eine langfristige Absicherung gewährleistet.
- Die Eigentümer*innenstruktur hat sich seit Gründung nicht verändert, und es gibt klare interne Vereinbarungen, wie mögliche Übergänge gestaltet werden sollen (z. B. bei Rollenwechseln oder Aufgabenverlagerung).
- Für die Zukunft ist die Einbindung weiterer Verantwortungseigentümer*innen aus dem Kernteam möglich – jedoch immer entlang der Grundprinzipien: Sinn vor Gewinn, Unabhängigkeit, Bindung der Mittel, partizipative Governance.

Verteilung des Eigenkapitals in folgenden Kategorien (Eigenkapitalstruktur in %)

2024

Eigentümer	Anteil (in %)
Unternehmer*innen	99
Führungskräfte	
Mitarbeitende	
Kund*innen	
Lieferant*innen	
weiteres Umfeld	1
nicht mittätige Kapitalinvestor*innen	
Summe	

2023

Eigentümer	Anteil (in %)
Unternehmer*innen	99
Führungskräfte	
Mitarbeitende	
Kund*innen	
Lieferant*innen	
weiteres Umfeld	1

nicht mittätige Kapitalinvestor*innen	
Summe	

99 % des Eigenkapitals befinden sich im gebundenen Vermögen der gGmbH. Diese Anteile sind in Verantwortungseigentum und gesellschaftsvertraglich so strukturiert, dass sie nicht veräußert oder gewinnbringend ausgeschüttet werden können. Die Vermögensbindung und der Selbsteigentumsgedanke sind dauerhaft gesichert.

1 % des Eigenkapitals liegt bei der Purpose Stiftung in Form eines sogenannten Veto-Anteils. Dieser Anteil dient ausschließlich der Absicherung des Verantwortungseigentums und gewährt der Stiftung ein Vetorecht bei Satzungsänderungen, die das Verantwortungseigentum gefährden könnten. Eine wirtschaftliche Beteiligung oder Einflussnahme findet nicht statt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Einführung rollenbasierter Arbeitskreise und Delegation Poker zur Stärkung partizipativer Entscheidungsprozesse

Im Berichtszeitraum haben wir begonnen, unsere Teamstruktur weiterzuentwickeln, um Selbstorganisation und Mitverantwortung im Arbeitsalltag zu fördern. Dafür wurden arbeitsfeldbezogene Arbeitskreise (z. B. Bildung, Kommunikation, Finanzen) eingeführt, die sich aus unserem rollenbasierten Arbeitsmodell ableiten. Die Arbeitskreise ermöglichen es Teammitgliedern, je nach Expertise und Interesse Verantwortung zu übernehmen und aktiv zur strategischen und operativen Entwicklung beizutragen.

Zur Unterstützung teambasierter Entscheidungsprozesse kommt außerdem das Tool Delegation Poker zum Einsatz. Es hilft uns dabei, Rollenverantwortung und Entscheidungsfreiheiten im Team transparent zu verhandeln und situativ anzupassen. Dies fördert nicht nur die Klarheit über Zuständigkeiten, sondern auch Vertrauen und Beteiligung innerhalb des Teams.

Mit diesen Maßnahmen entwickeln wir unsere Organisationsstruktur in Richtung partizipativer, lernender und gemeinwohlorientierter Zusammenarbeit weiter.

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Alle Eigentümer*innen sind Teil einer aktiven Berührungsgruppe, wobei die Mitarbeitenden über die Mehrheit der Eigentumsanteile und Stimmrechte verfügen. Gleichzeitig sind die Stimmrechte einzelner Personen und definierter Gruppen vertraglich so begrenzt, dass durch sie eine alleinige Beherrschung des Unternehmens nicht möglich ist. Die vorhandene Struktur der Eigentümer*innen ist bei gleichzeitiger Dynamik und Flexibilität abgesichert.

B4.2 Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahme

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine feindlichen Übernahmen erfolgt sind?

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

Ja, aufgrund unseres gewählten Geschäftsmodells sind feindliche Übernahmen ausgeschlossen.

Berührungsgruppe C

Mitarbeitende und Arbeitspartner*innen

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

C1.1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Berichtsfragen

Wie kann die Unternehmenskultur im Unternehmen beschrieben werden?

Welche Maßnahmen zu betrieblicher Gesundheitsförderung und zum Arbeitsschutz wurden umgesetzt, und wie werden sie evaluiert?

Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von und beim Umgang mit Mitarbeitenden, und welche Betriebsvereinbarungen bzw. Maßnahmen gibt es bereits?

UNSERE UNTERNEHMENSKULTUR

Bei WoodenValley sind zurzeit 12 Mitarbeiter*innen und 1 Freelancer beschäftigt. Die Organisationsstruktur ist stark mitarbeiterorientiert. Regelmäßige Teammeetings fördern eine offene und transparente Vorgehensweise, New Work Methoden und agile Führung eine ehrliche Kommunikation auf Augenhöhe. Wir erarbeiten alle strategischen Ziele gemeinsam mit Hilfe des OKR (Objectives und Key Results) Prozesses, in dem wir quartalsweise konkrete Ziele und geplante Ergebnisse, die auf unsere Vision einzahlen, für jeden Arbeitsbereich festlegen und aus denen dann Maßnahmen und Aktivitäten ableiten.

Flexible Arbeitszeiten, die Förderung von Teilzeitmodellen und unbegrenzte Erholungstage sind Teil unserer gelebten Unternehmenskultur. Austausch, Entwicklung und Zusammenarbeit stehen bei uns im Mittelpunkt. Für Spannungen und Themen in zwischenmenschlichen Bereichen haben wir 2024 einen eigenen "Zwischenraum" eingeführt, der von allen Mitarbeitenden genutzt und unter Anleitung/ Begleitung zur Konfliktlösung beitragen kann.

(Teammeeting Formate - C1.1 - I Austausch zu Auslastung, C1.1 - II Erreichbarkeit, C1.1 - III OKR Prozess; C1.1 - IV OKR Ablauf)

Die gesamte Organisationsstruktur orientiert sich nach dem Holokratie-Gedanken, teambasiert Entscheidungen zu treffen. Wir praktizieren außerdem das rollenbasierte Arbeiten und versuchen, die Hierarchiegrade aufs Kleinste zu minimieren oder zumindest nicht in klassischen Stellenbeschreibungen zu manifestieren. Durch rollenbasiertes Arbeiten mit LEAD Funktionen für alle Mitarbeitenden werden Stärken gefördert und sichtbar gemacht. Wertschätzung und eine transparente Feedback-Kultur sind bei uns maßgeblich als Werte verankert.

(C1.1. V – Rollendefinition, C1.1. VI Wertedefinition)

Für die Einarbeitung von neuen Mitarbeitenden wird ausreichend Zeit (3-6 Monate) eingeplant und es gibt immer eine*n Ansprechpartnerin, der** die eine betreuende Stelle ausübt.

(C1.1 VII Onboarding Prozess)

Die Geschäftsführung hat regelmäßig offene Gespräche mit den Mitarbeitern und es werden Sorgen und Probleme sowie Verbesserungsvorschläge ausgetauscht. Da wir ein Remote first Unternehmen sind, achten wir darauf, dass die Check Ins und Check Outs bei den meisten Meetings genügend Raum bekommen, um einen respektvollen und konstruktiven Dialog zu fördern.

Wir haben min. 1x im Jahr ein 3-4 Tage langes Teamretreat, bei dem der persönliche Austausch, Teambuilding und -Motivation durch Übungen und Spiele, sowie gemeinsame Themenarbeit im Vordergrund stehen.

BETRIEBLICHE GESUNDHEITSFÖRDERUNG UND ARBEITSSCHUTZ

Der Arbeitsschutz wird eingehalten, jedoch werden die hauptsächlichen Tätigkeiten im Homeoffice ausgeführt. Die Richtlinien zum Arbeitsschutz im Homeoffice sind für alle transparent einsehbar in einem internen WIKI sowie People & Culture Bereich.

(C1.1 VIII Arbeits- und Gesundheitsschutz)

Im Arbeitsalltag dürfen die Mitarbeitenden flexibel ihre gesundheitsfördernden Maßnahmen einplanen und somit alle benötigten Ärzte, Therapien und Massagen besuchen, die selbst geplant werden. Die Pausengestaltung wird nicht abgestimmt. Wir erinnern in allen Meetings an ausreichende Pausen und versuchen die Kernzeit 12-13 Uhr von Meetings freizuhalten. Im wöchentlichen Meeting bieten wir auch währenddessen teilweise kurze Meditationen an oder regen dazu an.

Der Großteil des Teams ernährt sich vegetarisch und berichtet gern darüber bei anderen Kolleg*innen. Bei den Teamretreats kochen wir selbst und benutzen rein vegetarische, meist lokale und biologisch zertifizierte Nahrungsmittel.

In unserem Shared Office in Hamburg, sowie im Impact Hub Stuttgart werden Bürostühle mit einer rückenschonenden Lehne benutzt. Hier gibt es auch eine freie Obst- und Gemüseversorgung sowie eine Süßigkeiten-Schublade, die frei für alle zugänglich ist.

ROLLE DER DIVERSITÄT

Unsere festangestellten Mitarbeitenden sind aus Chile, Polen und Deutschland. Die Geschlechterverteilung hat einen Fokus auf weibliche Mitarbeiterinnen.

Bei WoodenValley arbeiten wir nach feministischen Prinzipien, setzen uns für die Förderung von Geschlechtergerechtigkeit und Frauenrechten ein und bekennen uns zu Chancengerechtigkeit und Diversität. Bei unseren Führungskräften streben wir ein Geschlechterverhältnis an, dass die Geschlechterverteilung unserer Mitarbeitenden repräsentiert. Wir ermutigen und fördern außerdem Bewerbungen, die die Vielfalt unseres Teams kontinuierlich bereichern.

Regelmäßige FLINTA Veranstaltungen und Weiterbildung zu diesen Themen werden über unseren internen Weiterbildungskanal kommuniziert und teilweise besucht.

Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit

2024

1 Jahre

2023

0 Jahre

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

Wir haben eine Vielzahl an Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten, die über einen eigens dafür angelegten Kanal in MS Teams kommuniziert werden. Jedoch haben wir bislang keine konkrete Anforderung für Weiterbildungen festgelegt noch konsequentes Tracking der Angebote und in Anspruchnahme durch Mitarbeitende unternommen.

Gesundheits-/ Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung)

2024

Altersgruppe	Gesundheits-/ Krankenquote (in %)
30-40	6
40-50	11

2023

Altersgruppe	Gesundheits-/ Krankenquote (in %)
30-40	3
40-50	8

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

2024

7 Tage

2023

7 Tage

Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle

2024

Unfallart / Ausmaß	Anzahl
Keine Betriebsunfälle	

2023

Unfallart / Ausmaß	Anzahl
Keine Betriebsunfälle	

Demografische Verteilung der Mitarbeitenden im Unternehmen in Hinblick auf Dimensionen der Diversität (zumindest nach den Kerndimensionen von Diversität: Alter, Geschlecht, Ethnie, körperliche/ psychische Einschränkungen, sexuelle Orientierung, Religion – sofern erhebbar und relevant)

2024

- 48 J / männlich
- 38 J / weiblich
- 44 J / weiblich
- 43 J / weiblich
- 36 J / weiblich
- 40 J / weiblich
- 36 J / weiblich
- 52 J / weiblich
- 44 J / männlich
- 65 J / männlich
- Mitte 30 / männlich

2023

- 65 J / männlich
- 43 J / weiblich
- 43 J / männlich

Wir dokumentieren schriftlich nur Alter und Geschlecht unserer Mitarbeitenden. Jedoch werden in Onboarding Gesprächen auch Herkunft und mögliche physische oder psychische Einschränkungen thematisiert. Momentan ist WoodenValley noch nicht groß genug um Diversitätsattribute konsequent in die Auswahl neuer Mitarbeitenden einzubeziehen. 2023 waren wir noch in den Anfangszügen und fingen sehr klein an.

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

Bislang haben wir außer den Weiterbildungs- oder Entwicklungsmöglichkeiten, die auch in diesen Bereich fallen, keine Angebote gemacht.

Durchschnittliche Karenzdauer von Müttern

2024

2 Monate

2023

0 Monate

Durchschnittliche Karenzdauer von Vätern

2024

0 Monate

2023

0 Monate

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Weiterbildungsangebote werden strukturiert festgehalten und im Team wird entschieden ob und wenn ja, wie, wir Mitarbeiter*innnen Fortbildungsstunden tracken wollen/werden.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Gewaltfreie Kommunikation als Grundlage unternehmensinterner Kommunikation verankern.

Selbsteinschätzung



Erfahren

Wirkung bzw. Erfolge aufgrund von Maßnahmen zur Förderung bzw. Verbesserung einer mitarbeitendenorientierten Unternehmenskultur, der Gesundheit am Arbeitsplatz bzw. Förderung von Diversität sind sichtbar und werden analysiert. Maßnahmen sind breit umgesetzt.

Wir sind zwar davon überzeugt, dass wir eine sehr stark mitarbeitendenorientierte Unternehmenskultur haben aber haben festgestellt, dass wir bzgl. Gesundheit am Arbeitsplatz und Förderung von Diversität noch einiges an Entwicklungspotenzial haben.

C1.2 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen?

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

Wir sind uns sicher, dass durch unsere von New Work Prinzipien gezeichnete Unternehmenskultur und unsere Bemühungen people und planet positiv zu beeinflussen, keine menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen unterstützt werden.

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

C2.1 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfragen

Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster „lebenswürdiger Verdienst“ zusteht?

Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen?

Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt?

Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?

Wie können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden?

Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen?

Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?

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

Für einen Großteil der Rollen in WoodenValley, wird neuen Mitarbeiter*innen das Tool Personal Finance Canvas (C2.1 I - Canvas Template) und komplette Einsicht in die Gehälter aller anderen Mitarbeiter*innen an die Hand gegeben um bei der Bestimmung ihres Verdiensts selbstorganisiert mitentscheiden zu können. Die eigene Auseinandersetzung damit, was der*die Mitarbeiter*in in seinem*ihrem Setting und seiner*ihrer Stadt/Region für ein gutes Leben benötigt, soll letztendlich auch dazu beitragen, dass ein lebenswürdiger Verdienst, der an regionale Lebenshaltungskosten angepasst ist, bezahlt wird. Gehaltsvorstellungen werden mit den Gründer*innen abgestimmt um zu versichern dass ökonomische sowie Mitarbeiter-Lebenshaltungserwartungen weitestgehend befriedigt werden können. Über das Unternehmen und Mitarbeitende hinweg, ist das Finance Canvas zur Verprobung an eine direkte Partnerorganisation gegeben worden und mit weiteren Unternehmen aus dem Verantwortungseigentum wurde besprochen, wieso viele Unternehmen, selbst mit sehr ähnlichen Strukturen wie WoodenValley, es möglicherweise noch nicht benutzen um Anreize zu finden, die das Tool weiter in die Breite tragen.

Eine gesunde Work-Life-Balance ist für WoodenValley sehr wichtig und wir bieten unseren Mitarbeitenden aus diesem Grunde eine Vielzahl and Maßnahmen an um diese zu gewährleisten. Bedingungslose Erholungstage (hinweg über offizielle 30 Tage Urlaub), flexible Arbeitszeitmodelle und selbstorganisierte Arbeitszeit unter Berücksichtigung der jeweiligen Projektanforderungen kennzeichnen unser Unternehmen.

Die Mitarbeitenden gestalten ihre Arbeitszeit zu 100% autark. Es besteht ein hohes Verständnis dafür, dass bestimmte Aufgaben nur im Team erledigt werden können und deshalb bestimmte Termine eingehalten werden müssen. Darüber hinaus, und v.a. für individuelle Aufgaben des*der Einzelnen, kann die Arbeitszeit flexibel entschieden werden um sich den persönlichen Anforderungen und dem Familienleben anzupassen. WoodenValley ist bzgl. Arbeitsmodellen äußerst flexibel und ermöglicht die Bereitstellung verschiedenster Modelle je nach Bedarf des*der einzelnen Mitarbeiter*in.

Die offizielle Arbeitszeiterfassung findet in Personio statt. Darüber hinaus findet in unseren zweiwöchentlichen Meetings eine Auslastungsabfrage und deren Visualisierung (siehe C1.1 I Auslastung) statt um transparent darzustellen wie die momentane Auslastung aussieht und ggf. Arbeitspensum verschieben zu können oder gezielt Maßnahmen zur Minderung von Überbelastung zu unternehmen. Zudem halten Gründer*innen regelmäßige Gespräche mit Mitarbeiter*innen sowie im Gründungsteam über Überstunden, um die Ursachen dieser zu verstehen und weitestgehend vermeiden zu können. Individuell können je nach Grund für die Überstunden und gegenseitiger Übereinstimmung, dass es nur kurzfristig sein wird, auch andere Modelle zur Kompensation getroffen werden.

Aufgrund der Unternehmensform im Verantwortungseigentum lädt WoodenValley alle Mitarbeitenden zur Mitgestaltung der Wirtschaft ein. Dies manifestiert sich durch Einladungen zu Netzwerkveranstaltungen sowie Stammtischen zu bestimmten Themen (z.B. People & Culture / Marketing, etc.), die Räume für Mitgestaltung öffnen.

Höchstverdienst

2024
7.500 €

2023
7.500 €

Mindestverdienst

2024
3.500 €

2023
3.500 €

Normiert auf 40h/Woche.

Innerbetriebliche Spreizung (Verhältnis Höchst- zu Mindestverdienst)

2024
2,15

2023
2,15

Medianverdienst

2024
5.111 €

2023
5.250 €

Normiert auf 40h/Woche.

Standortabhängiger “lebenswürdiger Verdienst” (für alle Betriebsstandorte)

Wir stellen Mitarbeiter*innen nach Qualifikationen ein und nehmen bei der Gehaltsermittlung einen Abgleich mit Stepstone.de vor um zu vergewissern, dass wir mindestens das Durchschnittsgehalt zahlen und im besten Fall noch etwas mehr.

C2.1 II – Ermittlung Durchschnittsgehalt

Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z.B. 38 Stunden)

2024
40 Stunden

2023
40 Stunden

Tatsächlich geleistete Überstunden

2024
62 Stunden

2023
11 Stunden

Die Überstunden nahmen im Jahr 2024 zu, da ein dringender projektbezogener Bedarf bestand, eine Crowdfunding-Kampagne schnellstmöglich aufzusetzen. Um dieses Ziel zu erreichen, wurde in Abstimmung zwischen WoodenValley und einer neuen Mitarbeiterin eine individuelle Vereinbarung über eine längere Freistellung getroffen.

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Ein Verfahren zur Selbstbestimmung elementarer Bestandteile des Arbeitsverhältnisses wird entwickelt Die Bestandteile werden bedarfsgerecht individuell angepasst und selbstbestimmt durch Mitarbeitende festgelegt.

C2.2 Negativ-Aspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Mitarbeitenden nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet werden?

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

C3.1 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

Berichtsfragen

Welchen Wert legen das Unternehmen und die Mitarbeitenden auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz?

Welche Verkehrsmittel benützen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?

Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden, gibt es Weiterbildungsangebote?

Als Pionierunternehmen für klimapositives Bauen und Kreislaufwirtschaft sehen wir uns in der Verantwortung, nachhaltiges Handeln aktiv zu fördern – sowohl in unseren Projekten als auch im täglichen Arbeitsalltag unserer Mitarbeitenden. Als nachhaltigkeitsorientierte Organisation legen wir auch großen Wert auf eine bewusste und umweltfreundliche Ernährung. Die ökologische und regionale Herkunft von Lebensmitteln ist für uns nicht nur eine Frage der Qualität, sondern auch ein Beitrag zum Klimaschutz, zur Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe und zur Förderung nachhaltiger Landwirtschaft.
Unsere Maßnahmen für nachhaltige Lebensmittel am Arbeitsplatzbeinhalten unter anderem:

- Bevorzugung regionaler und biologischer Produkte für gemeinsame Mahlzeiten, Meetings und Veranstaltungen.
- Förderung einer pflanzenbetonten Ernährung, um den ökologischen Fußabdruck zu reduzieren.
- Transparenz & Aufklärung über die Herkunft und die ökologischen Auswirkungen von Lebensmitteln.
- Vermeidung von Verpackungsmüll und Einwegprodukten, indem wir auf Mehrwegsysteme setzen.

Im realen Leben zeichnet sich dieser Fokus dadurch aus, dass die Verpflegung auf Team-Retreats und anderen internen sowie externen Veranstaltungen ausnahmslos vegetarisch/vegan aus ökologisch-regionaler Herkunft ist. Wir wissen aufgrund von Gesprächen und regelmässigem Austausch, dass nachhaltige Lebensmittel auch einem Großteil unserer Mitarbeitenden wichtig. Wir haben jedoch bislang keine offizielle Befragung durchgeführt, da wir als Unternehmen, dass hauptsächlich aus dem Home Office arbeitet, die Herkunft von Lebensmitteln im Haushalt der einzelnen Mitarbeitenden, über Weiterbildungs-und Informationsangebote hinweg, nicht beeinflussen können.

WoodenValley fördert eine klimafreundliche und nachhaltige Mobilität. Da wir Remote-Work und flexible Arbeitsmodelle ermöglichen, entfällt für viele Mitarbeitende der tägliche Arbeitsweg und wir tragen aktiv zur Reduzierung von CO_2-Emissionen und einer nachhaltigen Verkehrswende bei. Bevorzugte Verkehrsmittel unserer Mitarbeitenden und damit verbundene Maßnahmen zur Förderung nachhaltiger Mobilität sind wie folgt:

- Öffentlicher Nahverkehr (ÖPNV) – durch Zuschüsse und Anreize fördern wir die Nutzung von Bus und Bahn.
- Fahrrad & E-Bike – viele Mitarbeitende setzen auf nachhaltige Mobilität, sei es mit dem eigenen Rad oder Bike-Sharing-Modellen.
- Fußwege – kurze Strecken werden bevorzugt zu Fuß zurückgelegt.
- Carsharing & Fahrgemeinschaften – wenn Autos genutzt werden müssen, setzen wir auf gemeinsame Fahrten und geteilte Fahrzeuge.
- Auto – nur wenn notwendig – Falls es keine sinnvolle Alternative gibt, nutzen Mitarbeitende Autos, achten aber auf eine effiziente Planung und möglichst umweltfreundliche Fahrzeuge.

WoodenValley verfolgt eine ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie, die darauf abzielt, ökologisches Verhalten nicht nur zu fördern, sondern fest in den Arbeitsalltag zu integrieren. Als Unternehmen in Verantwortungseigentum sehen wir es als unsere Aufgabe, ökologisch bewusste Entscheidungen aktiv zu unterstützen und Wissen über nachhaltige Handlungsweisen zu vermitteln.
Wir legen z.B. großen Wert darauf, dass Nachhaltigkeit nicht nur ein Unternehmensziel, sondern gelebte Praxis ist. Mitarbeitende werden ermutigt, ihr eigenes ökologisches Verhalten zu reflektieren und nachhaltige Entscheidungen im Arbeitsalltag zu treffen. Das Teilen von Best Practices & Erfahrungen findet regelmässig jedoch unstrukturiert statt und Mitarbeitende teilen somit nachhaltige Lösungen und inspirieren sich gegenseitig. Nachhaltige Arbeitspraktiken & Anreize sind Kern unseres Unternehmens. Durch flexible Arbeitsmodelle, Remote-Work und einen Fokus auf nachhaltige Mobilität reduzieren wir unseren unternehmerischen CO2 Ausstoß.

Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft

2024
100 %

2023
100 %

Anteil der Anreise mit PKW/ öffentlichen Verkehrsmitteln/ Rad/ zu Fuß

2024

Verkehrsmittel	Anteil (in %)
zu Fuß	
Rad	45
PKW	15
Öffentliche Verkehrsmittel	40
Summe	

2023

Verkehrsmittel	Anteil (in %)
zu Fuß	
Rad	75
PKW	5
Öffentliche Verkehrsmittel	20
Summe	

Nutzungsgrad des ökologischen Betriebsangebots der Mitarbeitenden

2024
90 %

2023
90 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Bezuschussung des Deutschlandtickets

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Ernährung überwiegend fleischlos, Lebensmittel überwiegend lokal und saisonal, kleiner Anteil an PKW-Anreise in Kilometern, Dienstfahrten immer mit der ökologisch besten Möglichkeit, Personalrekrutierung unter Berücksichtigung ökologischer Bewusstheit.

C3.2 Negativ-Aspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass im Unternehmen weder Verschwendung von Ressourcen gefördert noch unökologisches Verhalten geduldet wird?

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

Wir bestätigen, dass wir die Verschwendung von Ressourcen nicht fördern und uns aktiv über unökologisches Verhalten austauschen/diskutieren. Unsere Organisation verfolgt eine klimabewusste Strategie, bei der auf Flüge grundsätzlich verzichtet wird, keine Dienstfahrzeuge genutzt werden und nachhaltige Alternativen konsequent gefördert werden. Wir setzen uns aktiv für eine ressourcenschonende und umweltfreundliche Unternehmenskultur ein.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

C4.1 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Berichtsfragen

Welche wesentlichen/ kritischen Daten sind für die Mitarbeitenden leicht zugänglich?

Wie werden Führungskräfte ausgewählt, evaluiert und abgesetzt? Von wem?

Welche wesentlichen Entscheidungen können die Mitarbeitenden mehrheitsdemokratisch oder konsensual mitbestimmen?

Welche Erfahrungen wurden bisher mit mehr Transparenz und Mitbestimmung gemacht?

In unserer Organisation sind Transparenz und Partizipation nicht nur Prinzipien, sondern gelebte Praxis. Als Unternehmen in Verantwortungseigentum haben wir eine Kultur etabliert, in der alle Mitarbeitenden aktiv teilhaben, mitgestalten und Verantwortung übernehmen können. Wir nutzen offene Entscheidungsprozesse, fördern Selbstorganisation und Eigenverantwortung, und setzen gezielt digitale Tools ein um Transparenz zu schaffen. Bei uns ist Partizipation gelebte Unternehmenskultur in der jede*r Ideen und Anregungen einbringen kann, die das Unternehmen weiterbringen und langfristige Unternehmensziele im Team diskutiert und gestaltet werden und somit Teil der gemeinsamen Strategieentwicklung bilden.

In unserer Organisation setzen wir auf maximale Transparenz, damit alle Mitarbeitenden informierte Entscheidungen treffen und aktiv mitgestalten können. Bis auf gesetzlich geschützte Personaldaten, sind alle Informationen zugänglich und werden regelmäßig im Team besprochen.

1. Offene Unternehmens- und Finanzdaten

- Transparente Gehaltsstruktur: Alle Gehälter sind einsehbar, um Fairness und Gleichbehandlung sicherzustellen.
- Wirtschaftliche Kennzahlen: Wir machen die finanzielle Entwicklung der Organisation transparent, damit alle Mitarbeitenden den wirtschaftlichen Kontext verstehen können.

2. Projekt- und Arbeitslasttransparenz

- Personio für Zeiterfassung & Organisation: Alle haben Zugriff auf Arbeitszeiten und können ihre Kapazitäten selbst verwalten.
- 14-tägige Teammeetings: Hier werden Arbeitslasten, strategische Entwicklungen und anstehende Aufgaben offen besprochen und gemeinsam priorisiert.

3. Strategische & operative Entscheidungsprozesse

- Unternehmensziele & OKRs sind für alle sichtbar, sodass jede*r nachvollziehen kann, woran gearbeitet wird und wie individuelle Beiträge zum Gesamterfolg beitragen.
- Dokumentierte Entscheidungsprozesse sind offen zugänglich, damit alle Mitarbeitenden den Kontext und die Hintergründe von Unternehmensentscheidungen verstehen können.

4. Zugriff auf Fach- und Projektdaten

- Relevante Forschungs-, Entwicklungs- und Projektdaten sind frei verfügbar, sodass Mitarbeitende sich jederzeit über den Stand laufender Initiativen informieren können.
- Interne Wissensplattformen bieten Zugang zu Leitfäden, Best Practices und wichtigen Dokumentationen

Bei WoodenValley gibt es keine klassischen Führungskräfte, sondern flache Teamstrukturen. Entscheidungen werden gemeinsam und partizipativ getroffen, sodass Hierarchien weitgehend aufgelöst sind. Wir setzen auf Eigenverantwortung und kollektive Entscheidungsfindung, statt auf traditionelle Führungsrollen. Aufgaben und Verantwortlichkeiten werden nach Kompetenzen, Interessen und Projektanforderungen

verteilt, nicht nach hierarchischer Position. Alle Mitarbeitenden haben die Möglichkeit, sich gegenseitig Feedback zu geben und Verantwortungsträger*innen zu hinterfragen.

In unserer Organisation können alle wesentlichen Entscheidungen von den Mitarbeitenden mitbestimmt werden – entweder mehrheitsdemokratisch oder konsensual, je nach Kontext und Entscheidungsart. Dies beinhaltet strategische und wirtschaftliche Entscheidungen, Arbeitskultur und interne Strukturen, projektbezogene Entscheidungen, sowie Personal- und Teamentscheidungen.

Offener Austausch, Transparenz und Mitbestimmung der Mitarbeitenden ist ein essenzieller Baustein für den fortwährenden Erfolg von WoodenValley. Wir lernen ständig voneinander und befruchten die Weiterentwicklung des Unternehmens mit diversen Sichtweisen auf die verschiedenen Thematiken, die uns als Unternehmen begegnen/beschäftigen. Durch maximale Transparenz und umfassende Mitbestimmung haben wir bislang bessere Ergebnisse erzielt – sowohl in der Zusammenarbeit als auch in der Qualität unserer Arbeit. Jedoch ist Transparenz und Mitbestimmung auch ein Prozess der gute Definition der Leitplanken und kontinuierliche Evaluation braucht. Wir nehmen uns regelmäßig Zeit unsere Entscheidungsmethodiken, Mitarbeiter*innen-Rollen und Kommunikationswege zu reflektieren und zu besprechen wie wir uns weiter entwickeln können und wollen. All das braucht Zeit, eine gute Einstellung zum Umgang mit Konflikten und Offenheit dazu dass wir alle hinter der Vision/Mission von WoodenValley stehen.

Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung)

2024
100 %

2023
100 %

Alle Daten - außer Personaldaten - sind für das gesamte Team zugänglich.

14-tägige Berichterstattung im gesamten Team.

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

2024
0 %

2023
0 %

Den Gründer*innen ist bewusst, dass Besitzer*innen der gGmbH per se ermächtigter sind als alle anderen Mitarbeitenden, da sie juristisch vertreten. Wir sind also nie gewählt worden, aber haben Menschen eingestellt. Weil wir uns an soziokratischen Kriterien orientiert haben und bis heute sehr partizipativ arbeiten, sind wir trotzdem der Meinung, dass alle im Unternehmen gleichwertig bestimmen können und aus diesem Grunde auch keine Legitimierung von Führungskräften stattfindet.

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

2024
90 %

2023
90 %

Ein Großteil der wesentlichen Entscheidungen wird unter Einbeziehung der Mitarbeitenden getroffen.

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Alle wesentlichen Entscheidungen werden möglichst konsensual getroffen, inkl. Bestellung und Abwahl der Führungskräfte. Alle wesentlichen und kritischen Daten sind

leicht abrufbar und verständlich für alle Mitarbeitenden. Gelebte Kultur der Transparenz und Partizipation.

C4.2 Negativ-Aspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Verhinderung des Betriebsrates vorliegt?

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

Wir bestätigen, dass keine Verhinderung eines Betriebsrates vorliegt. Als Unternehmen in Verantwortungseigentum ist Mitbestimmung ein zentraler Bestandteil unserer Organisationskultur. Wir setzen bewusst auf flache Hierarchien, transparente Entscheidungsprozesse und eine aktive Einbindung aller Mitarbeitenden. Auch wenn es keinen formal eingerichteten Betriebsrat gibt, stellen wir sicher, dass alle Mitarbeitenden gleichwertige Mitbestimmungsrechte haben. Dazu gehören: offene Entscheidungsprozesse, regelmäßige Feedback- und Beteiligungsformate, Transparenz in Gehältern und Arbeitsmodellen und kollektive Verantwortung in der unsere Organisationsstruktur sicherstellt, dass die Interessen der Mitarbeitenden nicht durch externe Kapitalinteressen beeinflusst werden.

Berührungsgruppe D

Kund*innen und Geschäftspartner*innen

Allgemeine Beschreibung der Berührungsgruppe

Unsere Kund*innengruppen lassen sich entsprechend der drei Säulen unseres Wirkens unterteilen:

• **THINK**: Hier richten wir uns insbesondere an Ministerien, Verwaltungen, Stiftungen sowie Entscheidungsträger*innen in Politik und Wirtschaft, mit denen wir gemeinsam strategische Grundlagen für zukunftsfähiges, gemeinwohlorientiertes Bauen und Lernen erarbeiten.

• **LEARN**: In diesem Bereich arbeiten wir mit Schulen, Bildungsträger*innen und pädagogischen sowie außerschulischen Einrichtungen zusammen. Ziel ist es, Kreislaufdenken, Nachhaltigkeit und klimapositives Bauen durch innovative Bildungsformate wie *w∞d.ii* direkt in den Unterricht und die Lebensrealität von Schüler*innen zu bringen.

Wir fördern praxisorientiertes Lernen durch Projekte wie w∞d.ii, unseren Tiny Lernraum für zirkuläres und regeneratives Bauen. Workshops und Plattformen richten sich an Unternehmen, Schulen und Universitäten, um Selbstwirksamkeit und nachhaltiges Denken zu stärken.

• **BUILD**: Hier unterstützen wir Bauherren, Kommunen, Architektur- und Planungsbüros mit Beratung, Anforderungsmanagement und Lebenszyklusanalysen in frühen Projektphasen, um zirkuläre und ressourcenschonende Bauprojekte umzusetzen.

Benachteiligte Kund*innengruppen

Besonderes Augenmerk legen wir auf benachteiligte Kund*innengruppen. Dazu zählen unter anderem Bildungseinrichtungen mit geringen finanziellen Ressourcen, für die wir gezielt Unterstützung anbieten, Fördermittel und Drittfinanzierungen zu erschließen. Auch Menschen, die noch keinen Zugang zu Informationen über unsere Angebote haben – etwa durch regionale, soziale oder sprachliche Barrieren – betrachten wir als relevante Zielgruppe, deren Teilhabe wir aktiv fördern wollen. Wir verstehen Gemeinwohlarbeit als Einladung an möglichst viele – nicht als exklusive Leistung für bereits informierte oder privilegierte Gruppen. In der Schullandschaft möchten wir in Zukunft sogenannte Brennpunktschulen oder Schulen, die bisher keinen Zugang zur BNE haben, favorisieren.

Mitunternehmen und gesamtwirtschaftliches Verständnis

Im weiteren Sinne zählen auch unsere Mitunternehmen zur Berührungsgruppe D. Dies umfasst sowohl Organisationen, die ähnliche Zielgruppen ansprechen (z. B. Städte, Stiftungen oder Unternehmen, die eigenständig Bildungs- oder Bauprojekte im Nachhaltigkeitskontext umsetzen möchten), als auch konkrete Kooperationspartner*innen in laufenden oder geplanten Projekten.

Wir pflegen vielfältige Kooperationen – von thematisch verwandten Initiativen wie die *Wir Bauen Zukunft e.G.* und die dazugehörige Werkstatt *Hauptsache Tiny*, den Miya Forest e.V. oder Ge*co Gardens GmbH*, die DGNB (Deutsche Gesellschaft für nachhaltiges Bauen), über Architektur- und Planungsbüros, bis hin zu Medienpartner*innen, die unsere Arbeit dokumentieren oder verbreiten. Sowie NGOs, Universitäten und Hochschulen. Dabei streben wir stets eine wertschätzende und solidarische Zusammenarbeit auf Augenhöhe an, statt uns durch Konkurrenzdenken treiben zu lassen. Kooperationen betrachten wir als wesentliches Element einer zukunftsfähigen Wirtschaft. Oft basieren diese Kooperationen auf dem Austausch von

Ressourcen, Wissen, Netzwerk und Sympathie statt auf rein ökonomischen Interessen.

D1 Ethische Kund*innenbeziehungen

D1.1 Ethische Kund*innenbeziehung

Berichtsfragen

Wie werden neue Kund*innen gewonnen und wie Stammkund*innen betreut?

Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kund*innennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?

Welche Kund*innengruppen haben einen erschwerten Zugang zu den Produkten und Dienstleistungen? Was wird getan, damit diese auch in den Genuss der Produkte/ Dienstleistungen kommen können?

WoodenValley verfolgt in seiner Kommunikation einen bewusst zurückhaltenden und aufklärenden Ansatz. Anstelle klassischer Werbemaßnahmen setzt die Organisation auf Community-Aufbau, Bildungsarbeit und authentische Einbindung von Unterstützer*innen, z. B. durch die Crowdfunding-Kampagne für w∞d.ii. Die Ausgaben für Kommunikation dienen in erster Linie der Bewusstseinsbildung und Transparenz gegenüber den Zielgruppen, nicht der Absatzsteigerung im klassischen Sinne.

Die partnerschaftliche Erfüllung von Bedürfnissen und das Wohlergehen beider Parteien stehen an oberster Stelle in unseren Beziehungen mit Kund*innen. Unser Austausch ist daher stets auf Augenhöhe, transparent und ehrlich – auch, und insbesondere dann, wenn es um schwierige Themen wie die Wertedefinierung (Preissetzung) unserer Dienstleistungen oder mögliche Interessenskonflikte geht.

Neue Kundinnen gewinnen wir hauptsächlich durch bestehende Beziehungen (word of mouth), Teilnahme an Forschungs-/Bildungsausschreibungen und diversen Veranstaltungen/Messen/Kongressen, in denen wir unsere Arbeitsergebnisse sowie unsere Beratungs- und Bildungsangebote teilen und/oder über unsere Kommunikationskanäle. Stammkundinnen haben wir nur in dem Sinne, dass wir mit bestimmten Ministerien und Stiftungen immer wieder kooperieren und auch an bestimmten Veranstaltungen jährlich teilnehmen – das Publikum und auch die Inhalte ändern sich jedoch. Mit sogenannten Stammkundinnen pflegen wir auch zwischen direkten Kooperationen und/oder der Zusammenarbeit im Zuge von Veranstaltungen den Kontakt, da uns der regelmäßige Austausch zu Wissens- und Perspektivenfragen sowie zwischenmenschlich sehr wichtig ist. Wir sind zudem stark auf das ökologische Verhalten unserer Kundinnen fokussiert und schließen Kundinnen, deren Verhalten klar ersichtlich unökologisch oder sogar destruktiv ist, als Partnerinnen aus. Diese Haltung ist auch in unserem **Code of Conduct** verankert, der aktuell im Rahmen des Gemeinwohl-Bilanzierungsprozesses entsteht und zukünftig Bestandteil aller Kooperationen sein wird.

Zur strukturierten Beantwortung der Frage, wie wir sicherstellen, dass der Nutzen für unsere Kund*innen über unserem eigenen Umsatzstreben steht, haben wir für das Projekt w∞d.ii das **ECOnGOOD Business Canvas** verwendet. Dieses Instrument, entwickelt auf Basis der Gemeinwohlökonomie, legt den Fokus auf den gesellschaftlichen Mehrwert eines Vorhabens – also die Wirkung auf Umwelt, Gesellschaft und Mitmenschen – statt auf rein ökonomische Kennzahlen. Es hilft uns dabei, unsere Aktivitäten entlang gemeinwohlorientierter Prinzipien zu reflektieren und gezielt weiterzuentwickeln. Durch diese Herangehensweise stellen wir sicher, dass Einnahmen vor allem dazu dienen, die Qualität unserer Angebote zu sichern, soziale Teilhabe zu fördern und Innovation im Sinne des Gemeinwohls voranzutreiben.

Ein konkretes Beispiel für unsere gemeinwohlorientierte Ausrichtung ist die Bereitstellung des w∞d.ii Lernraums als **Open Source Modell**, das u. a. an der Technischen Universität Dresden in der Lehre eingesetzt wird, um Studierende für zirkuläres Bauen und gemeinwohlorientierte Innovationen zu sensibilisieren. Darüber hinaus entwickeln wir in Kooperation mit weiteren Unternehmen der Gemeinwohlökonomie den **ECOnGOOD Building Canvas** – ein Werkzeug, das dabei

unterstützt, bereits in frühen Projektphasen gemeinwohlorientierte Entscheidungen im Bauwesen zu fördern, strukturiert zu reflektieren und systematisch zu dokumentieren.

Bildungseinrichtungen mit geringen finanziellen Ressourcen zählen wir zu unseren benachteiligten Kundinnengruppen, denen wir aktiv den Zugang zu unserem Angebot ermöglichen wollen. Beispielsweise sind wir im Austausch mit einem Stadtkreis in Baden-Württemberg, der gerne einen eigenen w∞d.ii bauen möchte, um das Lernmobil zukünftig für diverse Bildungs- sowie auch Community-Veranstaltungen einsetzen zu können. Um den ersten Kontakt mit w∞d.ii für die Stadtverwaltung sowie die Bürgerinnen zu ermöglichen, und dadurch die Sinnhaftigkeit eines Lernmobils vor Ort zu etablieren, bieten wir w∞d.ii über ein **Product-as-a-Service-Modell** an, helfen aktiv bei der Erschließung von Fördermitteln und stellen w∞d.ii als Open-Source-Modell zum Nachbauen zur Verfügung.

Auch Menschen, die noch keinen Zugang zu Informationen über unsere Angebote haben – etwa durch regionale, soziale oder sprachliche Barrieren – betrachten wir als relevante Zielgruppe, deren Teilhabe wir aktiv fördern wollen. 2025 werden wir daher auch Schulen außerhalb der Stadt Hamburg anfahren und auf dem Land regionale Verfügbarkeit von w∞d.ii gewährleisten. Wir verstehen Gemeinwohlarbeit als Einladung an möglichst viele – nicht als exklusive Leistung für bereits informierte oder privilegierte Gruppen.

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

2024

Maßnahmen	Budget (in €)	Anteil (in %)
Crowdfunding-Kampagne	2.500	50
Social Media Kommunikation (organisch)	0	
Gestaltung Flyer / Poster (Print/Online)	1.000	25
Webseite (inkl. Blog / Projektseite)	1.200	25

2023

Maßnahmen	Budget (in €)	Anteil (in %)
Webseite (inkl. Blog / Projektseite)	1.000	100

WoodenValley verfolgt in seiner Kommunikation einen bewusst zurückhaltenden und aufklärenden Ansatz. Anstelle klassischer Werbemaßnahmen setzt die Organisation auf Community-Aufbau, Bildungsarbeit und authentische Einbindung von Unterstützer*innen, z. B. durch die Crowdfunding-Kampagne für w∞d.ii. Die Ausgaben für Kommunikation dienen in erster Linie der Bewusstseinsbildung und Transparenz gegenüber den Zielgruppen, nicht der Absatzsteigerung im klassischen Sinne.

Fixe Bestandteile der Bezahlung von Verkaufsmitarbeitenden

2024

0 %

2023

0 %

Bei WoodenValley gibt es keine klassischen Verkaufsmitarbeitenden. Alle Projekte entstehen organisch über persönliche Netzwerke, Empfehlungen (word of mouth) und thematische Anknüpfungspunkte. Entsprechend existieren keine leistungsabhängigen Vergütungsmodelle oder Verkaufsanreize. Der Fokus liegt auf inhaltlicher Zusammenarbeit, gegenseitigem Vertrauen und einer geteilten Vision für klimapositives und gemeinwohlorientiertes Bauen.

Umsatzabhängige Bestandteile der Bezahlung von Verkaufsmitarbeitenden

2024

0 %

2023

0 %

Bei WoodenValley gibt es keine klassischen Verkaufsmitarbeitenden. Alle Projekte entstehen organisch über persönliche Netzwerke, Empfehlungen (word of mouth) und thematische Anknüpfungspunkte. Entsprechend existieren keine leistungsabhängigen Vergütungsmodelle oder Verkaufsanreize. Der Fokus liegt auf inhaltlicher Zusammenarbeit, gegenseitigem Vertrauen und einer geteilten Vision für klimapositives und gemeinwohlorientiertes Bauen.

Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: ja/nein?

2024

Nein

2023

Nein

In den Jahren 2023 und 2024 arbeitete WoodenValley bewusst ohne interne Umsatzvorgaben. Die Organisation finanzierte sich in diesem Zeitraum primär über öffentliche Fördermittel und konzentrierte sich auf den inhaltlichen Aufbau von Bildungs- und Forschungsprojekten sowie den Aufbau strategischer Partnerschaften. Wirtschaftlicher Verkaufsdruck spielte dabei keine Rolle. Perspektivisch ist vorgesehen, Umsatzziele einzuführen, die sich an der Deckung der laufenden Kosten orientieren. Auch künftig wird das wirtschaftliche Handeln von WoodenValley durch die Gemeinwohlorientierung geprägt bleiben: Entscheidungen sollen weiterhin entlang der Wirkung – z. B. in Form von Bildungsreichweite, ökologischer Wirkung oder Innovationsbeiträgen – getroffen werden und nicht vorrangig anhand ökonomischer Zielvorgaben.

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

2024

0 %

2023

0 %

Das Angebot von WoodenValley richtet sich vor allem an Kommunen, Bildungsinstitutionen und gemeinwohlorientierte Organisationen. In den Jahren 2023 und 2024 wurde ein erheblicher Teil der Leistungen über öffentliche Fördermittel bereitgestellt, wodurch insbesondere Bildungsformate kostenfrei zugänglich gemacht werden konnten. Auch in Zukunft bleibt die Förderung von strukturschwachen Akteur*innen ein zentrales Ziel von WoodenValley. Preisgestaltung, Partnerschaften und Förderstrategie orientieren sich entsprechend.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Weitere benachteiligte Kund*innengruppen erschließen

Wir machen uns fortlaufend Gedanken wie wir w∞d.ii auch außerhalb unserer definierten Kund*innengruppen einsetzen könnten. z.B. sind wir letzthin auf eine Ausschreibung der Vector-Stiftung für die Schaffung besonderer Lern- und Begegnungsorte für chancenarme Jugendliche gestoßen. Leider sind wir in unserer momentanen Aufstellung hierfür an unsere Kapazitätsgrenzen gestoßen, werden uns aber weiterhin darauf konzentrieren, den Zugang zu w∞d.ii für weitere Gruppen zu eröffnen.

Zugang für Menschen mit körperlichen Beeinträchtigungen

Aus finanziellen Gründen konnten wir bisher keine Lösung dafür finden. Die Architekturabteilung arbeitet aber daran. Und wir sind im Austausch mit der Schule darüber, was gebraucht wird.

Selbsteinschätzung



Erfahren

Zusätzlich zu Ethikrichtlinien im Verkauf werden sämtliche Kontaktpunkte zu Kund*innen hinsichtlich Erfüllung der Kund*innenbedürfnisse und Gestaltung auf Augenhöhe regelmäßig überprüft und verbessert. Barrierefreiheit ist breit im Unternehmen umgesetzt.

D1.2 Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt werden?

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

WoodenValley kann bestätigen, dass im Berichtszeitraum 2023/2024 keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt wurden. Die Organisation betreibt keine klassische Werbung im kommerziellen Sinne, sondern kommuniziert über Netzwerkveranstaltungen, fachliche Beiträge, Bildungsformate und persönliche Empfehlungen (*word of mouth*).

Alle Kommunikationsmaßnahmen zielen auf sachliche Information, Bewusstseinsbildung und Wirkungstransparenz ab. Es wird bewusst auf manipulative Sprache, Schönfärberei, Greenwashing, künstliche Verknappung oder emotionale Überwältigung verzichtet.

WoodenValley verwendet keine sexistische oder stereotypisierende Bildsprache, keine statusorientierten Verkaufsbotschaften und keine Massenwerbung. Werbung im herkömmlichen Sinne – etwa in sozialen Medien, per Anzeigen oder durch Online-Tracking – wird nicht genutzt.

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

D2.1 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

Berichtsfragen

Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert, und welche Ziele werden dabei verfolgt?

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

WoodenValley versteht sich als Impulsgeber für ein klimapositives und gemeinwohlorientiertes Bauwesen. Wir engagieren uns aktiv in mehreren Bereichen zur Erhöhung der ökologischen, sozialen und qualitativen Standards in der Baubranche:

1. Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen - WoodenValley kooperiert mit Bildungs- und Umweltinitiativen, um insbesondere im Schul- und Bildungsbereich das Bewusstsein für Kreislaufwirtschaft, Nachhaltigkeit und klimapositives Bauen zu fördern. Das Projekt *w∞d.ii* ist ein konkretes Beispiel für eine Zusammenarbeit mit zivilgesellschaftlichen Akteur*innen zur Förderung von Transformationskompetenz und ökologischer Bildung. Hierzu zählen z.B. die Cradle to Cradle Regionalgruppen des Ehrenamts in Hamburg und Stuttgart, der Kultur*agentinnen e.V. oder das Stadtteilfest "junge Altonale".
2. Mitarbeit in Fachnetzwerken und Initiativen zur Standarderhöhung - WoodenValley beteiligt sich aktiv an Netzwerken, die sich für die Transformation der Baubranche einsetzen – unter anderem durch Workshops, Fachvorträge und Ko-Kreation von Weiterbildungsformaten. Darüber hinaus bringt sich das Team in Form von Lebenszyklusanalysen und projektbegleitender Beratung in konkrete Planungs- und Bauprozesse ein, um Standards im Sinne der Nachhaltigkeit anzuheben. Dazu zählen der Bundesvernband für nachhaltiges Wirtschaften, die Deutsche Gesellschaft für nachhaltiges Bauen, die Wir Bauen Zukunft eG, Cradle to Cradle NGO, Bauwende Allianz, uvm.
3. Responsible Lobbying zur Erhöhung gesetzlicher Standards - Über Förderprojekte wie das CRCF-Vorhaben (Carbon Removals & Carbon Farming) zur Entwicklung digitaler CO_2-Zertifikate im Holzbau bringt sich WoodenValley auch in politische und regulatorische Diskurse ein. Ziel ist es, praxistaugliche und wirkungsvolle Instrumente zu entwickeln, mit denen Gemeinwohlorientierung und Klimapositivität im Bauwesen verbindlich gefördert werden können. Dabei verfolgt WoodenValley einen transparenten, partizipativen und verantwortungsvollen Ansatz.

Wie aus dem vorhergehenden ersichtlich, kooperiert WoodenValley mit Partner*innen in diversen Sektoren. Ein Teil unserer kooperativen Arbeit wird mit Unternehmen durchgeführt, die eine ähnliche Zielgruppe ansprechen – etwa Bildungsinitiativen im Nachhaltigkeitsbereich oder andere Akteur*innen der Schulbildung. Weitere Kooperationen finden mit Unternehmen der gleichen Branche statt, die jedoch andere Zielgruppen bedienen – zum Beispiel Planungs- und Architekturbüros, die mit Kommunen oder Bauträgern arbeiten. Zudem kooperiert WoodenValley mit Unternehmen derselben Branche und Region, deren Tätigkeitsfeld sich inhaltlich von den eigenen Schwerpunkten unterscheidet – insbesondere im Kontext gemeinsamer Forschungs- oder Entwicklungsprojekte. Dieses starke Maß an Kooperation ist Ausdruck unserer Überzeugung, dass die großen Herausforderungen der Branche – Klimawandel, Ressourcenwende, Bildungsarbeit – nur in gemeinsamer Verantwortung und durch solidarisches Handeln bewältigt werden können.

Eine besondere Zusammenarbeit besteht mit den Agenturen Mark Meyer zur Heide sowie Momentimedia. Beide Unternehmen befinden sich aktuell in einem

Prozess der Neuausrichtung, bei dem sie ihren Fokus verstärkt auf die Sichtbarmachung von Purpose-orientierten Sozialunternehmen legen.

Wir verstehen uns in diesem Kontext als ko-kreative Partner und unterstützen sie aktiv in der Entwicklung und Erprobung neuer Kommunikationsansätze. Dabei stellen wir nicht nur unser Erfahrungswissen aus der gemeinwohlorientierten Praxis zur Verfügung, sondern bieten uns auch als "Testumgebung" für innovative Formate und Erzählweisen an. Diese Zusammenarbeit erfolgt auf Augenhöhe und ist von gegenseitigem Vertrauen sowie einer gemeinsamen Wertegrundlage getragen.

Dieshingehend gestaltet sich auch unsere solidarische Zusammenarbeit mit Mitunternehmen und Partner*innen. Wir geben Unterstützungsleistungen in Form von Wissen, Zeit und methodischer Unterstützung, oftmals unentgeltlich oder mit symbolischen Gegenleistungen. Das Ziel, das uns dabei treibt ist, andere Mitunternehmen in ihrer Transformationsfähigkeit zu stärken – insbesondere kleinere Akteur*innen oder solche mit gemeinwohlorientierter Ausrichtung. Zudem leiten wir Anfragen, die außerhalb unseres eigenen Kerngeschäfts liegen – z. B. in den Bereichen Ausführungsplanung, digitale Tools oder spezifische Bauleistungen – systematisch an geeignete Mitunternehmen im eigenen Netzwerk weiter. Ziel dieser Praxis ist es, andere gemeinwohlorientierte Akteur*innen zu stärken und für passende Anfragen sichtbar zu machen.

Wie hoch ist der investierte Zeit- und/oder Ressourcenaufwand für Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens – in Stunden/ Jahr?

2024

1.400 Stunden

2023

1.200 Stunden

Im Jahr 2023 und 2024 lag der Fokus von WoodenValley auf der Entwicklung und Durchführung von Projekten in enger Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern – sowohl im Bildungs- als auch im Forschungsbereich. Der Anteil der Arbeitszeit, der in die Erstellung von Produkten oder Dienstleistungen in Kooperation mit anderen Organisationen investiert wurde, lag geschätzt bei rund **70–80 % der gesamten produktiven Stunden pro Jahr**. Dies entspricht etwa **1.200 bis 1.400 Stunden jährlich** (bei einer angenommenen Gesamtarbeitszeit von ca. 1.800 Stunden pro Jahr). Kooperationsprojekte umfassten u. a. die Entwicklung des Bildungsraums *w∞d.ii* mit Partnern aus Bildung und Zivilgesellschaft, gemeinsame Anforderungsworkshops und Lebenszyklusanalysen mit Architektur- und Planungsbüros sowie Forschungsprojekte zur Entwicklung digitaler CO_2-Zertifikate im Holzbau. Die hohe Kooperationsquote ist Ausdruck der grundlegenden Haltung von WoodenValley, komplexe gesellschaftliche Herausforderungen nur gemeinsam mit anderen Akteur*innen lösen zu können.

Wie hoch ist der investierte Zeit- und/oder Ressourcenaufwand für Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens – als %-Anteil?

2024

80 %

2023

70 %

siehe oben

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

WoodenValley arbeitet stark kooperationsorientiert und versteht sich als Teil einer gemeinschaftlich wirkenden Bewegung für klimapositives Bauen und zukunftsfähige Bildung. Im Berichtszeitraum 2023 und 2024 wurde der überwiegende Teil der Arbeitszeit – geschätzt rund 80 % – in Zusammenarbeit mit anderen Organisationen und Unternehmen erbracht. Darüber hinaus wurde im Berichtszeitraum kein Umsatz in Kooperation mit weiteren Unternehmen erzielt.

In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen?

2024

Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards – Ja

Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying) – Ja

Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards – Ja

2023

Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards – Ja

Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying) – Ja

Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards – Ja

Siehe Informationen im Berichtstext.

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

2024

Unternehmenskategorie	Anzahl der Arbeitskräfte	Mitarbeitendenstunden
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0	0

2023

Unternehmenskategorie	Anzahl der Arbeitskräfte	Mitarbeitendenstunden
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0	0

Im Berichtszeitraum 2023/2024 hat WoodenValley keine Mitarbeitenden im klassischen Sinne an andere Unternehmen „ausgeliehen“. Stattdessen wurden Ressourcen in Form von Wissen, Zeit und methodischer Unterstützung weitergegeben – insbesondere durch:

• **Workshops und Beratungsformate**, bei denen Unternehmen und Organisationen bei der Einführung von Kreislaufwirtschaft, klimapositivem Bauen oder Lebenszyklusanalysen unterstützt wurden,

• **Bildungsveranstaltungen** im Kontext von *w∞d.ii*, bei denen Inhalte und Formate auch für externe Partner*innen geöffnet wurden,

• **Tausch- und Kooperationsformate**, z. B. gemeinsames Arbeiten an Förderanträgen, Entwicklung offener Tools oder kollegialer Wissensaustausch.

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

2024

Unternehmenskategorie	Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge (in %)
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0

2023

Unternehmenskategorie	Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge (in %)
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0

WoodenValley hat in den Jahren 2023 und 2024 keine eigenen direkten Aufträge erhalten, sondern wurde überwiegend über öffentliche Fördermittel finanziert. Eine klassische Auftragsweitergabe konnte daher nicht erfolgen. Jedoch wurden Anfragen, die außerhalb des eigenen Kerngeschäfts lagen weitervermittelt, mit dem Ziel andere gemeinwohlorientierte Akteur*innen zu stärken und für passende Anfragen sichtbar zu machen. Ob aus diesen Empfehlungen tatsächlich konkrete Aufträge entstanden sind, wurde jedoch nicht systematisch erfasst. Die Weitergabe erfolgte unabhängig von Gegenleistungen oder Provisionsmodellen und war Ausdruck der solidarischen Grundhaltung von WoodenValley.

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

2024

Unternehmenskategorie	Summe an Finanzmitteln (in €)	Anteil vom Umsatz (in %)	Anteil vom Gewinn (in %)
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0	0	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0	0	0

2023

Unternehmenskategorie	Summe an Finanzmitteln (in €)	Anteil vom Umsatz (in %)	Anteil vom Gewinn (in %)
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0	0	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0	0	0

WoodenValley konnte im Berichtszeitraum 2023/2024 keine Finanzmittel an andere Unternehmen weitergeben, da die Organisation selbst über eine sehr begrenzte Kapitaldecke verfügte und sich primär über projektbezogene Fördermittel finanzierte. Anstelle finanzieller Unterstützung wurden jedoch andere Formen solidarischer Hilfe geleistet – etwa durch Weitergabe von Anfragen, Netzwerkempfehlungen, gemeinsame Antragsstellungen oder unentgeltliche Wissensweitergabe. Die zugrundeliegende Haltung bleibt dabei solidarisch: Sobald es die wirtschaftliche Lage erlaubt, soll auch eine finanzielle Unterstützung von Mitunternehmen – z. B. durch gemeinsame Projektbudgets oder Weiterreichung von Mitteln – möglich werden.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Tracking Kooperationsleistung mit Partner*innen & Mitunternehmen

Unsere Arbeit ist in hohem Maße auf Kooperation und gegenseitige Unterstützung mit anderen gemeinwohlorientierten Organisationen und Partner*innen angewiesen. Um den gemeinsamen Impact sichtbarer zu machen und zukünftige Entwicklungen gezielt zu fördern, wurde das Potenzial erkannt, die Kooperationsleistungen systematischer zu erfassen und zu evaluieren.

Derzeit erfolgt die Dokumentation von gemeinsamen Projekten, Wissenstransfer und gegenseitiger Unterstützung eher informell und projektbezogen. Ein standardisiertes Tracking fehlt bisher.

Ziel ist es, künftig geeignete Instrumente zu entwickeln und einzuführen, um die Qualität, Intensität und Wirkung unserer Kooperationen transparent und nachvollziehbar zu dokumentieren. So sollen insbesondere auch immaterielle Beiträge – wie gemeinsames Lernen, methodische Entwicklung oder die Verbreitung von Open Source Materialien – sichtbar gemacht und gewürdigt werden.

Langfristig soll dieses Tracking nicht nur zur internen Reflexion, sondern auch zur Kommunikation gegenüber Stakeholdern und Förderpartner*innen beitragen und dabei helfen, Kooperation als zentralen Wert in unserer Organisationskultur weiter zu stärken.

Selbsteinschätzung



Erfahren

Erste Kooperationen mit Mitunternehmen der gleichen Branche, Mitarbeit zur Erhöhung der Branchenstandards, umfassende Erfahrungen mit der Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen, Finanzmitteln und/ oder Technologie in Notsituationen oder zur Unterstützung von Mitunternehmen.

D2.2 Negativ-Aspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen komplett verzichtet wird?

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

WoodenValley kann uneingeschränkt bestätigen, dass im Berichtszeitraum 2023/2024 kein schädigendes oder diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen stattgefunden hat.

Die Organisation versteht sich ausdrücklich als kooperative*r Akteur*in der auf geteilte Wirkung, gemeinsames Lernen und gegenseitige Unterstützung setzt. Eine Win-Lose-Logik wird bewusst abgelehnt – stattdessen wird die Überzeugung gelebt, dass gesellschaftlicher Wandel im Bausektor nur im Zusammenspiel mit anderen Akteur*innen möglich ist.

Wettbewerbsdenken, strategische Ausgrenzung, Abwertung anderer Organisationen oder der Versuch, sich auf Kosten anderer zu profilieren, widersprechen der Grundhaltung von WoodenValley. Stattdessen werden – wo möglich – auch andere Mitunternehmen empfohlen oder eingebunden, wenn diese besser zur Anfrage oder Aufgabe passen.

Diese Praxis ist Ausdruck einer gemeinwohlorientierten, solidarischen Unternehmenskultur.

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

D3.1 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Berichtsfragen

Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen?

Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert?

Wie sind Konsistenz, Effizienz und Suffizienz im Geschäftsmodell verankert?

Durch welche Strategien und Maßnahmen wird maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?

Wie wird die maßvolle Nutzung in der Kommunikation mit Kund*innen gefördert?

Digitalisierung ist ein zentraler Bestandteil unserer Arbeit – von der internen Kommunikation über die Entwicklung digitaler Tools bis hin zur Bereitstellung von Open Source Inhalten. Gleichzeitig ist uns bewusst, dass auch digitale Prozesse mit einem ökologischen Fußabdruck einhergehen, insbesondere durch Energieverbrauch von Servern, Geräten und Cloud-Diensten. Als Beitrag zum Klimaschutz setzen wir auf Strategien wie Datensparsamkeit, langlebige oder reused Hardware, modulare Updates statt Komplettaustausch sowie Reparaturfähigkeit. Weitere Maßnahmen sind geplant.

Die ökologischen Auswirkungen unseres physischen Produkts w∞d.ii sind gering. Sie beruhen hauptsächlich darauf, dass zur Herstellung z.T. Maschinen genutzt werden und dass w∞d.ii per Zugmaschine an seinen jeweiligen Einsatzort – sei es bei Kund*innen oder bei Veranstaltungen – transportiert werden muss, wodurch Treibhausgasemissionen freigesetzt werden. Um diese Emissionen möglichst gering zu halten, haben wir uns bewusst dagegen entschieden, w∞d.ii quer durch Deutschland zu fahren. Stattdessen setzen wir auf eine regionale Nutzung und konzentrieren uns auf Einsatzorte, die mit kurzen Transportwegen erreichbar sind.

Das Herzstück unseres Unternehmens ist die Kreislaufwirtschaft in der es darum geht, die Art und Weise, wie wir produzieren und konsumieren, zu überdenken - weg von einem linearen "Nimm-mach-Abfall"-Ansatz, hin zu einem Ansatz, der auf der Nachahmung natürlicher Systeme beruht, in denen Energie und Nährstoffe ständig umgewandelt werden und zirkulieren und in denen die Abfälle eines Organismus zu Nahrung für einen anderen werden. Auch die Ökoeffizienz und die Idee "mit weniger mehr zu erreichen", also weniger Ressourcen zu verbrauchen oder die Umwelt zu verschmutzen ist wichtiger Bestandteil dessen was wir tun. Unser Projekt w∞d.ii selbst ist diesen Leitgedanken folgend, nach Cradle-to-Cradle Prinzipien aus biogenen und wiederverwendungsfähigen Materialien gebaut. Als Teil der Planung wird die komplette Demontage und der Wiedereinsatz der genutzten Materialien gewährleistet um einen negativen Fußabdruck, der durch Entsorgung entstehen könnte, zu umgehen. Darüber hinaus nutzen wir w∞d.ii für Forschung- und Bildungsinitiativen, die zu einer Transformation der Bauindustrie, wachsendem Verständnis über die Auswirkungen des menschlichen Bauens und hin zu einer Kreislaufwirtschaft führen sollen. Der Gedanke der Suffizienz spiegelt sich wider in den Dimensionen w∞d.ii's (wir zeigen im Kleinen was in der Bauindustrie im Großen umgesetzt werden kann), sowie seinem Einsatz als Product-as-a-Service Modell, das von diversen Kund*innen immer wieder genutzt werden kann.

Da der Konsum unserer Dienstleistungen eine Bildungsaktivität darstellt, die zu einer Transformation der Bauindustrie hin zu Kreislaufwirtschaft und Regeneration führen soll, ist die Nutzung unserer Angebote bewusst nicht maßvoll gedacht. Mit jedem weiteren Menschen, den wir erreichen, hoffen wir den positiven Effekt unserer Arbeit zu skalieren.

Wir haben uns zusätzlich Gedanken zum negativ-Aspekt Green-Washing gemacht und wollten hierzu folgendes anmerken:

Als gemeinwohlorientierte Organisation sehen wir es als unsere Verantwortung, **kontroverse Themen im Nachhaltigkeitsdiskurs aktiv aufzugreifen und transparent zu kommunizieren**. Dazu zählen beispielsweise Fragestellungen rund um den **Zertifikatehandel**, die Bewertung von CO_2-Speicherleistungen im Bauwesen oder die Rolle technischer versus natürlicher Negativemissionen.

Wir setzen uns seit 2025 intensiv mit diesen Themen auseinander – sowohl im Rahmen unserer Forschungsarbeit (z. B. GEFION oder TYR), als auch im Austausch mit Fachöffentlichkeit, Bildungseinrichtungen und zivilgesellschaftlichen Akteur*innen. Unsere Haltung und unser Wissen dazu machen wir für unsere Stakeholder nachvollziehbar zugänglich.

Diese Transparenz zeigt sich in folgenden Aspekten:

- Die **offene Darstellung unserer Positionen** zu strittigen Themenfeldern und die Reflexion möglicher Zielkonflikte
- Die **Veröffentlichung von Forschungsergebnissen, Bewertungsansätzen und Lernprozessen**
- Die **Gestaltung von Formaten zum offenen Dialog**, z. B. Workshops, Vorträge oder digitale Austauschformate
- Die **Einladung zur Mitgestaltung und kritischen Auseinandersetzung**, um Denkprozesse gemeinsam weiterzuentwickeln

Wir fördern somit nicht nur Vertrauen und Glaubwürdigkeit, sondern leisten auch einen Beitrag zur **informierten und differenzierten Diskussion gesellschaftlich relevanter Zukunftsfragen** im Bereich Klima, Bau und Gemeinwohl.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Regionalisierung w∞d.ii

Um Transportemissionen zu minimieren und gleichzeitig regionale Bildungslandschaften zu stärken, verfolgen wir die gezielte **Regionalisierung des w∞d.ii Lernraums**. Ziel ist es, **regionale Ableger von w∞d.ii zu schaffen**, die dauerhaft in einer bestimmten Region verankert sind und dort für Bildungs- und Beteiligungsformate rund um Kreislaufwirtschaft, Nachhaltigkeit und klimapositives Bauen eingesetzt werden.

Statt ein einzelnes Modul durch ganz Deutschland zu transportieren, wollen wir regionale Versionen von w∞d.ii gemeinsam mit lokalen Partner*innen (z. B. Kommunen, Schulen, Umweltzentren oder Bildungsträgern) entwickeln, betreiben und weiterentwickeln. So entstehen dezentrale Ankerpunkte für Umweltbildung und zukunftsorientierte Transformation in der gebauten Umwelt.

Diese Maßnahme verfolgt mehrere Ziele:

- **Reduktion von Transportemissionen** durch kurze Wege
- **Stärkung regionaler Netzwerke und Akteur*innen**
- **Höhere Nutzungsfrequenz** durch dauerhafte Präsenz vor Ort
- **Erweiterung des Open Source Gedankens** durch Co-Creation mit regionalen Partner*innen
- **Zugang für bildungsbenachteiligte Regionen**, da lange Transportwege keine Hürde mehr darstellen

Die Regionalisierung ist somit ein zentraler Hebel, um ökologische, soziale und bildungsbezogene Wirkungen zugleich zu erhöhen und unsere Gemeinwohlorientierung konkret und nachhaltig umzusetzen.

Nutzungskriterien w∞d.ii

w∞d.ii darf nur in bestimmten Einsatzbereichen genutzt werden, um sicherzustellen, dass der Tiny Lernraum nicht für Greenwashing-Zwecke oder in klimaschädlichen Kontexten eingesetzt wird. Unser Ziel ist es, die Wirkung von w∞d.ii gezielt dort zu entfalten, wo ein echter Beitrag zu Bildung für nachhaltige Entwicklung, Klimaschutz- und Gerechtigkeit sowie Transformation in der Baubranche geleistet wird.

Während des Berichtszeitraumes haben wir die Weiterentwicklung klarer sozial-ökologischer Nutzungskriterien vorgenommen, die transparent kommuniziert und bei Kooperationsanfragen verbindlich angewendet werden. So wollen wir sicherstellen, dass w∞d.ii langfristig nur in Kontexten eingesetzt wird, die im Einklang mit unseren Werten und Nachhaltigkeitszielen stehen.

Selbsteinschätzung



Erfahren

Es gibt eine klare, nachvollziehbare Strategie zur Optimierung des Produktportfolios bzw. des Geschäftsmodells in Bezug auf ökologische Auswirkungen und maßvolle Nutzung. Weitreichende Maßnahmen zur Reduzierung ökologischer Auswirkungen sind umgesetzt. Produkte und Dienstleistungen haben durchgehend geringere ökologische Auswirkungen als vergleichbare Alternativen. Die Unternehmenskommunikation zielt auf eine aktive Förderung maßvoller Nutzung ab und stellt Konsument*innen umfassende Informationen zu ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen zur Verfügung.

D3.2 Negativ-Aspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen gibt?

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

WoodenValley kann bestätigen, dass im Berichtszeitraum 2023 und 2024 keine unverhältnismäßigen ökologischen Auswirkungen wissentlich in Kauf genommen wurden.

Im Gegenteil: Die Organisation verfolgt das Ziel, durch Bildung, Beratung und Forschung zur Reduktion ökologischer Belastungen im Bauwesen und in der Gesellschaft beizutragen. Produkte oder Dienstleistungen mit besonders hohem ökologischen Fußabdruck – etwa mit Bezug zu geplanter Obsoleszenz, klimaschädlichen Transportmitteln oder wachstumsorientierter Bedürfnisweckung – gehören ausdrücklich nicht zum Leistungsspektrum.

Es wird keine psychologische Obsoleszenz erzeugt, keine kurzlebigen Trends bedient und kein Greenwashing betrieben. Alle Projekte, wie z. B. *w∞d.ii* oder Lebenszyklusanalysen für den Holzbau, sind darauf ausgerichtet, Suffizienz, Kreislaufdenken und ökologische Verantwortung zu fördern.

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

D4.1 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz

Berichtsfragen

Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kund*innen eingeräumt, und wie wird darüber kommuniziert?

Werden Impulse von Kund*innen zur sozial-ökologischen Verbesserung der Produkte und Dienstleistungen aufgenommen?

Welche Produktinformationen sind öffentlich zugänglich (Inhaltsstoffe, Wertschöpfungskette, ökologisch relevante Informationen, Preisfindung)?

Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz ist ein absolutes Muss für WoodenValley. Unsere Dienstleistungen, ob Forschungsprojekt, Bildungs- oder Beratungsangebot, dienen zu 100% der sozial-ökologischen Verbesserung und unsere Angebote werden grundsätzlich mit den Anforderungen und Bedürfnissen unserer Kund*innen abgeglichen um zu vergewissern, dass ein maximal hoher Wirkungsgrad für die Kund*innen sowie die Regeneration unserer Umwelt durch unsere Projekte erreicht werden können.

Ein konkretes Beispiel für diese Zusammenarbeit ist die Entwicklung unseres Carbon Insights Dashboards. Es wurde in enger Abstimmung mit Architektur- und Planungsbüros konzipiert, um eine praxisnahe und verständliche Visualisierung der CO_2-Bilanzierung von Gebäuden zu ermöglichen. Rückmeldungen aus der Praxis flossen kontinuierlich in die Gestaltung der Benutzeroberfläche, die Auswahl der angezeigten Kennzahlen sowie in die logische Struktur der Analyse ein. Das Dashboard wird fortlaufend weiterentwickelt, unter anderem mit dem Ziel, Entscheidungsprozesse in frühen Planungsphasen datengestützt und transparent zu unterstützen.

Ein weiteres Beispiel ist die Entwicklung unseres EPD Monitors, der derzeit im Rahmen eines Forschungsprojekts entsteht. Ziel ist es, die bislang schwer vergleichbaren Umweltproduktdeklarationen (EPDs) von Bauprodukten standardisiert, übersichtlich und interaktiv zugänglich zu machen. Auch hier fließen kontinuierlich Rückmeldungen von Architekturbüros, Planer*innen und Nachhaltigkeitsexpert*innen ein. Die Nutzer*innen können durch Filter- und Vergleichsfunktionen die ökologischen und technischen Eigenschaften von Baustoffen leichter bewerten und fundierte Entscheidungen im Sinne einer ressourceneffizienten und klimapositiven Bauweise treffen.

Auch unser mobiler Lernraum w∞d.ii ist in enger Zusammenarbeit mit unseren Nutzer*innen entstanden. Ihre Rückmeldungen zu Raumgestaltung, Bildungsinhalten und Veranstaltungsformaten fließen kontinuierlich in die Weiterentwicklung ein. Einmal im Monat führen wir gemeinsam mit der Schule, an der w∞d.ii aktuell im Einsatz ist, ein strukturiertes Feedbackgespräch, um Wünsche, Anregungen und Verbesserungspotenziale frühzeitig zu erkennen und gemeinsam umzusetzen. So stellen wir sicher, dass der Raum und seine Nutzung kontinuierlich an die Bedürfnisse der Lernenden und Lehrenden angepasst wird. Produktinformationen sowie Akteure/Mitwirkende in der Entstehungskette unseres mobilen Lernraums wood.ii sind anhand von Renderings, Fotos/Videos, Partnerlogos auf unserer Webseite und über unsere Informationskampagnen auf LinkedIn und Instagram öffentlich zugänglich.

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

2024

1

2023

0

Im Jahr 2023 wurden keine neuen Produkte oder Dienstleistungen entwickelt, die unmittelbar auf Kund*innenmitwirkung zurückzuführen sind.

Im Jahr 2024 entstand in enger Zusammenarbeit mit Bildungsakteur*innen und zivilgesellschaftlichen

*Partner*innen das Bildungsprojekt *w∞d.ii*. Dabei handelt es sich um eine mobile Lernumgebung zur Förderung von Kreislaufwirtschaft und Transformationskompetenz an Schulen. Die Konzeption und Ausgestaltung basierte wesentlich auf Rückmeldungen und Mitwirkung von Lehrkräften, Schulnetzwerken und Unterstützer*innen aus dem Bereich Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE). *w∞d.ii* stellt eine sozial-ökologische Innovation dar, die Bewusstseinsbildung im Bereich nachhaltiges Bauen und Ressourcennutzung fördert.

Ende 2024 haben wir begonnen weitere Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln.
Beispielhaft sind hier das ECOnGOOD Building Canvas und unser Carbon Insights Dashboard genannt.

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

2024

100 %

2023

0 %

Da WoodenValley im Berichtszeitraum 2023 und 2024 keine umsatzgenerierten Produkte vertrieben hat, lässt sich kein prozentualer Umsatzanteil ausweisen.

Nichtsdestotrotz spielt Transparenz über Materialien und Inhalte eine zentrale Rolle – insbesondere in Bildungs- und Beratungsprojekten. Im Projekt *w∞d.ii* werden z. B. sämtliche verwendeten Materialien dokumentiert und offen kommuniziert. Ziel ist es, Kreislaufdenken erlebbar zu machen und Wissen über die Herkunft, Zusammensetzung und Wiederverwendbarkeit der eingesetzten Materialien zu vermitteln.

Auch in der Lebenszyklusberatung und der Entwicklung digitaler Materialpässe setzt WoodenValley auf maximale Nachvollziehbarkeit und Offenlegung von Inhaltsstoffen – u. a. auf Basis von EPDs, technischen Datenblättern und Materialherkünften.

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

2024

100 %

2023

0 %

Da WoodenValley im Jahr 2023 und 2024 keine umsatzgenerierten Produkte oder Dienstleistungen im klassischen Sinne angeboten hat, lässt sich kein prozentualer Umsatzanteil mit veröffentlichten Preisbestandteilen angeben.

Bei geförderten Projekten und offenen Angeboten – etwa im Rahmen von *w∞d.ii* oder bei Workshops zur Kreislaufwirtschaft – wird jedoch grundsätzlich transparent kommuniziert, welche Leistungen erbracht werden, welche Fördermittel genutzt werden und wie sich mögliche Teilnahmegebühren (sofern erhoben) zusammensetzen.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Preistransparenz Produkt- und Dienstleistungsinnovationen

Im Rahmen der Reflexion zu D4.1 wurde ein differenziertes Bild im Hinblick auf die Preistransparenz sichtbar. Bei innovativen Angeboten wie dem Bildungsformat *w∞d.ii* wurde die Preisstruktur vollständig offengelegt. Potentielle Kund*innen können transparent nachvollziehen, wie sich die Beiträge zusammensetzen, und wofür die Mittel eingesetzt werden. Dieses Vorgehen stärkt Vertrauen und macht die Gemeinwohlorientierung greifbar.

Anders gestaltet sich die Situation bei individuell erbrachten Dienstleistungen wie der Erstellung von Lebenszyklusanalysen (LCA). Diese sind stark projektabhängig, beratungsintensiv und lassen sich nicht ohne Weiteres standardisieren. Bislang wurden Angebote projektbezogen und auf Anfrage kalkuliert, jedoch ohne öffentlich dokumentierte Preissystematik oder Offenlegung der preisbildenden Faktoren.

Geplanter Entwicklungsschritt:

Als erster Schritt ist geplant, im Jahr 2025 eine **interne Diskussion** anzustoßen, wie auch bei komplexen und individuellen Leistungen eine höhere Transparenz geschaffen werden kann – z. B. durch die Darstellung typischer Leistungsbestandteile, Preisspannen oder modularer Angebotsbausteine. Ziel ist es, mittelfristig auch in diesem Bereich ein transparentes, nachvollziehbares und gemeinwohlorientiertes Preismodell zu entwickeln, das sowohl professionellen Ansprüchen als auch partnerschaftlicher Fairness gerecht wird.

Zusammengelegt mit Maßnahmen w∞d.ii Preisliste:

Wir möchten unsere Preise für w∞d.ii auf unserer Webseite öffentlich einsehbar machen. Unsere Website befindet sich aktuell in der Überarbeitung. Bei der finalen Preisfindung für benachteiligte Kund*innengruppen gehen wir oft nochmals in eine gemeinsame Wertebesprechung, in der ein Abgleich der tatsächlichen Kosten unsererseits mit dem Budget der/des Kundin/en stattfindet und aus der sich möglicherweise ein niedrigerer Preis ergibt als auf der Webseite angegeben.

Auch bei zukünftigen kostenpflichtigen Leistungen ist vorgesehen, Preisbestandteile offen zu legen – z. B. durch Aufschlüsselung nach Material-, Planungs-, Analyse- oder Bildungskosten. Die Orientierung an Transparenz, Fairness und Nachvollziehbarkeit bleibt dabei zentraler Anspruch.

Feedback Prozesse institutionalisieren

Wir stehen während unserer Projekte in engem Austausch mit unseren Kundinnen – von der Vorbereitung über die Durchführung bis hin zur Nachbereitung. Bisher fehlt uns jedoch ein strukturierter, institutionalisierter Prozess, um die Zusammenarbeit sowie die Ergebnisse nach Projektabschluss gemeinsam mit unseren Partnerinnen zu reflektieren. Künftig möchten wir hierfür einen verbindlichen Feedback- und Retrospektivprozess etablieren, um aus jedem Projekt gezielt zu lernen und kontinuierlich besser zu werden.

Selbsteinschätzung



Erfahren

Eine institutionalisierte, offene und transparente Form der Kund*innenmitwirkung ist realisiert. Konstruktives Feedback wird größtenteils umgesetzt. Kund*innen werden über Inhaltsstoffe und Risiken der Produkte umfänglich informiert. Herkunft und Preisbestandteile sind größtenteils für Produkte und Prozesse veröffentlicht.

D4.2 Negativ-Aspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Produkte keine Schadstoffe enthalten, die Kund*innen und Umwelt belasten und dass auch keine schädliche Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte entstehen?

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

WoodenValley stellt keine physischen Produkte im klassischen Sinne her und vertreibt keine Bau- oder Konsumgüter, die bei der Nutzung zu gesundheitlichen oder ökologischen Belastungen führen könnten. Im Rahmen von Bildungs- und Beratungsangeboten – insbesondere bei *w∞d.ii* – wird großen Wert auf die Auswahl unbedenklicher, kreislauffähiger und emissionsarmer Materialien gelegt. Bereits in der Konzeptionsphase wird geprüft, ob Materialien potenzielle Schadstoffe enthalten oder

problematische Nebenwirkungen bei bestimmungsgemäßem Gebrauch auftreten könnten. Auf Grundlage des aktuellen Kenntnisstands kann WoodenValley bestätigen, dass keine Materialien oder Inhalte verwendet wurden, die bei Kund*innen oder Nutzer*innen eine Gesundheits- oder Umweltbelastung verursachen. Für jeden w∞d.ii erstellen wir eine Ökobilanz sowie einen Gebäuderessourcenpass zur transparenten Dokumentation. Sollte sich dies in Zukunft ändern, wird eine transparente Risikobewertung und Kommunikation selbstverständlich erfolgen.

Berührungsgruppe E

Globale Gemeinschaft, Natur und Lebewesen

Allgemeine Beschreibung der Berührungsgruppe

WoodenValley versteht seine Verantwortung weit über die direkten Stakeholder hinaus und betrachtet sein Wirken im Kontext eines umfassenden Ökosystems – sozial, ökologisch, ökonomisch und kulturell.

C2C Prinzipien und Denkschule beschreiben!

Die Berührungsgruppe E bildet dabei die vielfältigen, oft unsichtbaren oder indirekt Betroffenen ab, die durch Entscheidungen und Aktivitäten von uns beeinflusst werden.

1. Menschen (indirekt Abhängige und zukünftige Generationen)

Wir berücksichtigen Menschen, die nicht unmittelbar mit dem Unternehmen in Verbindung stehen, aber dennoch von dessen Entscheidungen betroffen sind – zum Beispiel Menschen in fernen Regionen, die durch Ressourcenabbau oder Klimafolgen betroffen sein könnten. Ebenso gehören zukünftige Generationen dazu, deren Lebensqualität durch heutiges Handeln gestaltet oder gefährdet wird. Der Fokus liegt auf globaler Gerechtigkeit, generationenübergreifender Solidarität und dem Schutz eines lebenswerten Planeten für alle. Die Sensibilisierung in unseren Workshops zum Thema zirkuläres Bauen beinhaltet die Auseinandersetzung mit den Konsequenzen, die ein klassisches Bauvorhaben verursacht und versucht Wege aufzuzeigen, wie man Positives beitragen kann, indem man regenerative und lokale Ressourcen nutzt.

2. Tiere

Alle Tierarten, deren Lebensräume durch Bauprojekte, Materialgewinnung oder Emissionen beeinflusst werden können, sind Teil unserer Berührungsgruppe. Wir streben an, negative Einflüsse zu minimieren und Biodiversität zu schützen, indem regenerative und naturnahe Bauweisen gefördert werden.

3. Pflanzen und andere Lebensformen

Holz, Pflanzen und Mikroorganismen bilden eine zentrale Ressource für die Bauprojekte, die wir fördern, aber auch ein schutzwürdiges Ökosystem. Wir machen sichtbar, dass natürliche Lebensformen oft empfindlich auf Eingriffe reagieren und dass ihr Schutz essenziell für stabile, resiliente Ökosysteme und eine nachhaltige Kreislaufwirtschaft ist.

4. Ökosysteme und natürliche Lebensräume

Wälder, Böden, Gewässer und atmosphärische Systeme bilden die Grundlage für das ökologische Gleichgewicht, das zu erhalten wir versuchen. Durch die Förderung von Kreislaufwirtschaft und ökologischer Bauweise tragen wir aktiv dazu bei, Lebensräume zu bewahren und zu regenerieren.

5. Abstrakte oder nicht-physische Entitäten

Wir respektieren kulturelle Werte, Traditionen, Gemeinschaft, und (spirituelle) Verbundenheit zur Natur, die in nachhaltigen Bauprojekten und Bildungsinitiativen eine Rolle spielen und in der Leistungsphase 0 jeden Bauprojektes berücksichtigt werden müssen. Die Leistungsphase 0 ist die Bedarfsplanung, in der Bedürfnisse, Ziele und Gegebenheiten des Bauherrn und anderer Beteiligter, bzw. Betroffener vor der eigentlichen Projektplanung ermittelt, analysiert und dokumentiert werden, um Probleme, Herausforderungen und Chancen zu formulieren. Der Schutz und die

Förderung solcher immateriellen Werte wird von uns als elementarer Teil des Gemeinwohls verstanden.

6. Die physische Umwelt

Luftqualität, Wasserreinheit und Bodenfruchtbarkeit sind fundamentale Ressourcen, deren Schutz durch sorgfältige Auswahl von Materialien, Bauverfahren und Ressourcenschonung zentral für uns sind. Vermeidung von Umweltverschmutzung und Versiegelung natürlicher Bodenflächen sowie Förderung ökologischer Kreisläufe sind Leitprinzipien, die wir versuchen durch unsere Bildungsaktivitäten zu vermitteln und im Bauwesen als Grundsätze zu etablieren.

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

E1.1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

Welche der neun Grundbedürfnisse (siehe weiterführende Informationen) erfüllen die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens?

Welche der Produkte und Dienstleistungen sind Luxusprodukte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenschädliche Produkte des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können?

In welcher Form dienen unsere Produkte und Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?

Welche gesellschaftlichen und ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch unseren Produkte und Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert (Orientierung an UN-Entwicklungszielen, siehe vertiefende Online-Informationen)?

w∞d.ii ist kein Luxusprodukt.

Und doch kann sein Einsatz – etwa im Rahmen von Weiterbildung, Employer Branding oder Events – für Unternehmen mit hohem Budget ein sichtbarer Image- und Innovationsvorteil sein. Gemeinnützige Organisationen und kleinere Bildungseinrichtungen hingegen verfügen oft nicht über die nötigen Mittel.

Ein günstiger oder vereinfachter Ersatz ist unserer Überzeugung nach jedoch nicht möglich: Zwar existieren Bildungsangebote zu Kreislaufwirtschaft oder Cradle to Cradle, doch w∞d.ii kombiniert in einzigartiger Weise Mobilität, architektonisches Erlebnis und einen ganzheitlichen Zugang zu zirkulärem Denken.

Als WoodenValley begegnen wir diesem Spannungsfeld mit einem klaren Prinzip der sozialen Fairness:
Wenn Unternehmen w∞d.ii buchen, ist automatisch eine „Bildungsspende“ im Preis enthalten. Damit finanzieren sie parallel eine kostenfreie oder stark vergünstigte Nutzung von w∞d.ii durch eine Bildungseinrichtung oder gemeinnützige Organisation in ihrer Region.

w∞d.ii wirkt auf allen Ebenen menschlicher Grundbedürfnisse:

Das zirkulär gebaute Reallabor unterstützt die Erfüllung zentraler Bedürfnisse wie:

- Gesundheit und Wohlbefinden (durch naturnahe, gesunde Räume),
- Sicherheit (durch ressourcenschonende, stabile Bauweise),
- Zugehörigkeit und Teilhabe (durch partizipative interne Prozesse und externe Formate),
- Verstehen und Sinn (durch Bildung und Gestaltungsräume),
- Freiheit und Muße (durch Rückzugsräume und kreative Impulse).

Wirkungsfelder von w∞d.ii:

1. Gesundheit und suffizientes Leben

w∞d.ii schafft Rückzugs- und Lernräume, die durch natürliche Materialien und naturnahe Gestaltung das körperliche und psychische Wohlbefinden fördern. Es zeigt, wie suffiziente Architektur mit minimalem Ressourceneinsatz gelingen kann.

Darüber hinaus arbeiten wir gemeinsam mit dem Bundesministerium an der Entwicklung von CO_2-Speicherzertifikaten – mit dem Ziel, klimapositive Gebäude zu ermöglichen, die das Klima schützen und gleichzeitig ein gesundes Raumklima bieten.

2. Bildung und persönliche Entwicklung

w∞d.ii dient als mobiler Lernraum für Schulen, Organisationen und Events. Es fördert Kompetenzen für eine regenerative Zukunft: systemisches Denken, ökologische Zusammenhänge, Selbstwirksamkeit und soziale Verantwortung.

Partizipative Formate in Planung und Nutzung stärken das Bewusstsein für Gestaltungsspielräume – und fördern Empowerment sowie soziale Kompetenzen und Kreativität.

3. Gemeinschaft und soziale Teilhabe

Unsere Tools wie das EconGood Building Canvas für partizipative Prozessbegleitung schaffen Raum für Zusammenarbeit, Mitgestaltung und Wertschätzung. Durch Förderung lokaler Stoffkreisläufe unterstützt w∞d.ii die regionale Wirtschaft und stärkt soziale Verbindungen.

4. Regeneration und planetare Gesundheit

w∞d.ii integriert Life Cycle Assessments (LCA) bereits in der frühen Planungsphase. Das ermöglicht:

- minimierte Umweltwirkungen,
- Einsatz regenerativer Materialien,
- Wiederverwendung von Bauteilen und
- Förderung klimapositiver Gebäude.

Lokale und globale Wirkung

Regional stärkt w∞d.ii Umweltbildung, Kreislaufwirtschaft und Ressourcenschonung.

Global leistet es einen Beitrag zu den UN-Nachhaltigkeitszielen:

- **SDG 4** – Hochwertige Bildung

Wir machen zirkuläres Bauen und Betreiben sichtbar – bei uns werden Gebäude selbst zu Lehrmaterial. Mit Projekten wie w∞d.ii schaffen wir Bildungsräume, in denen Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) nicht nur vermittelt, sondern erlebt wird.

- Bildung im Kreislaufdesign anhand der Cradle to Cradle-Kriterien
- Vermittlung von Future Skills, ökologischer Intelligenz und Systemdenken
- Mobil einsetzbare Lernumgebungen mit unmittelbarem Praxisbezug
- Zusammenarbeit mit Schulen, Hochschulen und Bildungsinstitutionen
- **SDG 9** – Industrie, Innovation und Infrastruktur

Regeneratives Bauen als Innovationstreiber.Unsere zirkulären Konzepte fördern eine nachhaltige Transformation von Industrie und Bauwesen. Wir integrieren lokale Wertschöpfungsketten und gestalten resiliente, modulare Infrastrukturen – ökologisch wie sozial.

- Entwicklung von Reallaboren mit nachhaltigen Materialien
- Förderung dezentraler Infrastruktur mit Mehrfachnutzung
- Integration digitaler Tools wie BIM, LCA & CO_2-Bilanzen zur Optimierung
- Zusammenarbeit mit innovativen Partner*innen aus Forschung & Industrie
- **SDG 11** – Nachhaltige Städte und Kommunen

Gemeinden regenerativ gestalten.Unsere Projekte machen ungenutzte oder versiegelte Flächen wieder lebendig. Wir bringen Bildung, Begegnung und Natur zurück in urbane und periurbane Räume.

- Förderung der Renaturierung von Gewerbeflächen
- Zugang zu mobilen, grünen Bildungsräumen für alle Generationen
- Beteiligung lokaler Akteure bei der Umsetzung von Pilotprojekten
- Impulse für gemeinwohlorientierte Stadtentwicklung
- **SDG 12** – Nachhaltiger Konsum und Produktion

Kreisläufe schließen – bewusst konsumieren.Wir zeigen, wie regenerative Ressourcen genutzt, soziale Werte geschaffen und Materialien im Kreislauf gehalten werden können.

- Entwicklung von Product-as-a-Service-Modellen
- Schulung unserer Partner*innen im Umgang mit gesunden, kreislauffähigen Materialien
- Förderung sozialer Mehrwerte durch co-kreative Prozesse
- Bewusstseinsbildung für materialbewusste Planung & Bau
- **SDG 13** – Maßnahmen zum Klimaschutz

Klimapositives Handeln beginnt vor Ort.Ob Bildungsangebote oder Bauprojekte – wir gestalten konkrete Lösungen zur Reduktion von CO_2 und regen zur aktiven Mitgestaltung an.

- Umsetzung nachhaltiger Bauweisen in unseren Praxisprojekten
- CO_2-Management über den gesamten Lebenszyklus: Bau, Betrieb & Rückbau
- Nutzung lokaler Materialien & erneuerbarer Energien
- Förderung des Klimaschutzplans 2050 und der Energiewende
- Bewusstseinsbildung durch w∞d.ii und andere Projekte – für Kinder wie Erwachsene
- **SDG 15** - Leben an Land

Ressourcen schützen. Herkunft verstehen.Wir legen Lieferketten offen und fördern eine transparente, ökologische Materialwahl – vom Ursprung bis zur Rückführung.

- Verwendung von C2C-zertifizierten Materialien
- Sichtbarmachung von Stoffströmen in Bildungs- und Forschungsprojekten
- Förderung lokaler und regenerativer Rohstoffe im Bauwesen
- **SDG 17** – Partnerschaften zur Zielerreichung

Gemeinsam Wirkung entfalten.Kooperation steht im Zentrum unseres Handelns – mit NGOs, Kommunen, Forschung, Stiftungen, Förderpartner*innen, Unternehmen und Bildungsträger*innen.

- Gemeinnützige Rechtsform (gGmbH) zur Ermöglichung langfristiger Partnerschaften
- Zusammenarbeit mit nachhaltig orientierten Stakeholdern
- Fokus auf “Hilfe zur Selbsthilfe” bei internationalen Kooperationen
- Partnerschaftliche Kommunikation & gemeinsame Projektentwicklung
- Authentische CSR-Integration in Unternehmen – statt Greenwashing

WoodenValley bietet außerdem drei zentrale Dienstleistungen an, die in verschiedenen Phasen von Bauprojekten angesiedelt sind und sich jeweils durch ihren Beitrag zu ökologischer Nachhaltigkeit, sozialer Verantwortung und ganzheitlichem Denken auszeichnen:

1. Prozessbegleitung in Leistungsphase 0
2. Ökobilanzierung für klimapositives Bauen
3. ECOnGOOD Building Canvas

<u>Welche Grundbedürfnisse erfüllen unsere Produkte und Dienstleistungen?</u>

Alle drei Services leisten einen Beitrag zur Erfüllung mehrerer der neun Grundbedürfnisse:

- Verstehen/Einfühlung: Die Angebote ermöglichen es Planer*innen, Bauherr*innen und Stakeholdern, komplexe ökologische Zusammenhänge zu erfassen und in

ihren Bauprojekten zu berücksichtigen – etwa durch Schulungen, Workshops und Werkzeuge wie den ECOnGOOD Building Canvas.

- Schutz/Sicherheit: Die fundierte Planung schafft frühzeitig Orientierung und reduziert Risiken – ökonomisch, ökologisch und regulatorisch. Dies gibt Sicherheit in Bezug auf Kosten, Gesetzgebung (z. B. EU-CRCF) und Klimawirkung.
- Lebenserhaltung/Gesundheit/Wohlbefinden: Alle drei Services fördern Bauweisen, die sich positiv auf die Gesundheit der Nutzer*innen auswirken – z. B. durch schadstoffarme Materialien, gesunde Innenraumklimata und naturnahe Gestaltung.
- Freiheit/Autonomie: Kund*innen werden befähigt, selbstständig fundierte Entscheidungen zu treffen – sei es durch Materialanalysen, LCA-Tools oder strukturierte Zielklärung.
- Kreatives Schaffen: Insbesondere der ECOnGOOD Building Canvas regt dazu an, kreative Lösungen im Spannungsfeld zwischen Architektur, Ökologie und Gesellschaft zu finden.
- Teilnahme/Geborgenheit: Die partizipativen Ansätze, insbesondere in der Prozessbegleitung, schaffen Räume für Mitgestaltung, Wertschätzung und kollektive Entscheidungsprozesse.

Keines unserer Produkte ist ein Luxusprodukt im klassischen Sinne. Alle drei Dienstleistungen richten sich auf die Ermöglichung eines guten Lebens innerhalb planetarer Grenzen – sie tragen zur Verbesserung der Lebensrealität bei, statt bloßem Statusgewinn zu dienen.

Wie fördern unsere Produkte persönliches Wachstum und Gesundheit?

Alle drei Angebote fördern:

- Wissen und Handlungskompetenz
  durch gezielte Weiterbildung (z. B. in zirkulärem Bauen, CO_2-Reduktion, Materialbewertung) und transparente Kommunikation.
- Systemisches Denken und Nachhaltigkeitsbewusstsein
  durch Werkzeuge wie Life Cycle Assessments oder den ECOnGOOD Canvas, die vernetztes Denken anregen.
- Selbstwirksamkeit und Empowerment
  durch partizipative Workshops und Teamprozesse, die nicht nur Bauentscheidungen verbessern, sondern auch soziale Prozesse in Organisationen stärken.
- Gesundheit
  über den Einfluss auf die spätere Bauweise: Verwendung von schadstoffarmen/freien, biobasierten und CO_2-speichernden Materialien, gesunde Raumklimata und ressourcenschonende Lebensräume tragen langfristig zum Wohlbefinden bei.

Welche gesellschaftlichen und ökologischen Probleme werden gelöst bzw. gemindert? (UN SDGs)

Unsere Dienstleistungen zielen auf die Transformation der Bauwirtschaft und adressieren dabei mehrere globale Herausforderungen, insbesondere:

- Ressourcenverbrauch und CO_2-Emissionen im Bauwesen
  → Lösung durch zirkuläres Design, LCA, CO_2-Speicherung, Materialpässe und Wiederverwendung
- Mangel an transparenter Nachhaltigkeitsstrategie in Bauprojekten
  → Lösung durch strukturierte Zieldefinition und frühzeitige Weichenstellung in Leistungsphase 0

- Wissensdefizit in zukunftsfähigen Bauweisen
  → Lösung durch Schulung, Beteiligung und praxisnahe Begleitung
- Fehlende soziale Teilhabe in Planungsprozessen
  → Lösung durch Workshops, partizipative Methoden und Empowerment der Beteiligten

Anteil in % des Gesamtumsatzes für erfüllte Grundbedürfnisse

2024
100 %
2023
100 %

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

2024
0 %
2023
0 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Entwicklung der Menschen

2024
10 %
2023
5 %

Ein erheblicher Teil unserer Arbeit ist nicht auf klassische unternehmerische Umsatzerlöse ausgerichtet, sondern zielt auf **gesellschaftliche Wirkung durch Bildungsangebote** ab. Dies betrifft insbesondere unser Projekt **w∞d.ii – der mobile Tiny Lernraum**, mit dem wir **Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE)** und **Kreislaufwirtschaft erlebbar machen**.

Auch wenn wir diese Bildungsarbeit formal nicht als „Umsatz zur Personalentwicklung" verbuchen, so fließen signifikante Ressourcen in:

- **Didaktische Entwicklung** von Lernangeboten zu Kreislaufwirtschaft, Klimaschutz und Materialbewusstsein.
- **Durchführung von Workshops und Mitmach-Formaten** an Schulen und in der Stadtgesellschaft.
- **Beteiligungsformate und Reflexionsräume** für Kinder, Jugendliche und Lehrkräfte zur Förderung von Zukunftskompetenzen.

Wir verstehen Bildung nicht als Nebenprodukt, sondern als **zentrales Mittel zur gemeinwohlorientierten Entwicklung von Menschen und Organisationen**. Insofern ist unser Bildungsengagement als substanzielle Investition in die Entwicklung von Menschen zu verstehen – insbesondere der jungen Generation, die die Gesellschaft von morgen mitgestalten wird.

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Entwicklung der Erde/ Biosphäre

2024
0 %
2023
0 %

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

2024
90 %
2023
95 %

Ein wesentlicher Teil unserer Projekte und Dienstleistungen ist explizit auf die **Lösung gesellschaftlicher und ökologischer Herausforderungen** ausgerichtet und lässt sich mehreren UN-Nachhaltigkeitszielen (SDGs) direkt zuordnen. Insbesondere leisten wir mit unserer Arbeit Beiträge zu folgenden Zielen:

- **SDG 4: Hochwertige Bildung**Durch unser Bildungsprojekt **w∞d.ii** fördern wir das Verständnis für nachhaltige Entwicklung, Kreislaufwirtschaft und Klimaresilienz bei Kindern und Jugendlichen.

- **SDG 11: Nachhaltige Städte und Gemeinden**Unsere Beratungsleistungen und Prozessbegleitungen in frühen Leistungsphasen unterstützen Kommunen und Bauherren dabei, zukunftsfähige Bauvorhaben umzusetzen.
- **SDG 12: Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster**Mit Lebenszyklusanalysen und Unterstützung bei der Materialwahl fördern wir eine kreislauforientierte, ressourcenschonende Baupraxis.
- **SDG 13: Maßnahmen zum Klimaschutz**Im Rahmen des Projekts **GEFION** entwickeln wir ein digitales Zertifikatssystem für CO_2-Speicherleistung im Holzbau und leisten damit einen direkten Beitrag zur Emissionsminderung.
- **SDG 17: Partnerschaften zur Erreichung der Ziele**Unsere gemeinwohlorientierte Arbeit erfolgt in enger Kooperation mit wissenschaftlichen Einrichtungen, zivilgesellschaftlichen Akteuren, Kommunen und Schulen.

Insgesamt kann der überwiegende Teil unseres Umsatzes (geschätzt: **>90 %**) als Beitrag zur **Lösung gesellschaftlicher oder ökologischer Probleme im Sinne der UN-Nachhaltigkeitsziele** verstanden werden. Unsere Leistungen entstehen nicht aus Marktnachfrage, sondern aus der klaren Zielsetzung, **Systemwirkungen im Sinne der SDGs** zu erzielen – etwa durch Bewusstseinsbildung, politische Anschlussfähigkeit oder Innovationen im Bereich CO_2-Bilanzierung.

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

2024
100 %
2023
100 %

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

2024
0 %
2023
0 %

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

2024
0 %
2023
0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Forschung im Projekt Týr zur Förderung der Biosphäre

Mit dem Forschungsprojekt *Týr* leisten wir einen aktiven Beitrag zum Schutz und zur regenerativen Entwicklung der Biosphäre. Ziel des Projekts ist es, die CO_2-Speicherleistung von Holzbauprojekten systematisch zu erfassen, wissenschaftlich zu bewerten und langfristig in einem digitalen Register abzubilden. Dadurch wird die Bedeutung biogener Kohlenstoffspeicherung im Gebäudesektor sichtbar gemacht und ein Mechanismus geschaffen, der klimawirksames Bauen gezielt fördert.

Die Maßnahme trägt unmittelbar zum Erhalt und zur Wiederherstellung ökologischer Gleichgewichte bei, da durch die Förderung nachwachsender, CO_2-speichernder Baustoffe ein Anreiz zur klima- und biodiversitätsfreundlichen Land- und Forstwirtschaft entsteht. Zudem wird durch die Entwicklung standardisierter Bewertungsgrundlagen die Voraussetzung geschaffen, biogene Speicherleistungen in politischen Steuerungsinstrumenten und Förderkulissen zu verankern.

Die Erkenntnisse aus dem Projekt *Týr* fließen sowohl in wissenschaftliche Diskurse als auch in die Praxisberatung ein und sollen zur landesweiten Skalierung von CO_2-Speicherzertifikaten für Holzbauprojekte beitragen – mit positiven Effekten auf die ökologische Tragfähigkeit der gebauten Umwelt.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Verstärkung durch FAIRstärker Modell von WEtell

Zur weiteren Entwicklung und fairen Verteilung der Wirkung von w∞d.ii überlegen wir ein Fördermodell nach dem Vorbild des **FAIRstärkers** von *WEtell* :
Unternehmen erhalten die Möglichkeit, den Einsatz von w∞d.ii an Schulen oder gemeinwohlorientierten Bildungseinrichtungen zu ermöglichen – etwa durch Patenschaften oder zweckgebundene Spenden. Damit entsteht ein echter Mehrwert für Bildung, Umwelt und Gemeinwohl.

Unser Econgood Business Canvas (siehe Anlage) macht deutlich: w∞d.ii ist nicht nur ein Bildungsmodul – sondern ein Hebel für nachhaltige Transformation, der ökonomische, soziale und ökologische Wirkung vereint.

Zusammengelegt mit Maßnahme Bildungsspende:

Wir sind uns bewusst, dass es bei gut finanzierten Unternehmen zu einem Ungleichgewicht in der Nutzung kommen kann. Daher wollen wir das Prinzip einer verantwortungsvollen Weitergabe von Wirkung einführen:

Für jede kommerzielle Nutzung wird automatisch eine „Bildungsspende“ integriert, mit der eine kostenfreie oder vergünstigte Umsetzung an einer gemeinwohlorientierten Bildungseinrichtung ermöglicht wird.

So verhindern wir, dass unsere Leistungen zu Statussymbolen verkommen – und stärken gezielt die Bildungsgerechtigkeit.

Selbsteinschätzung



Erfahren

Großteil der Produkte/ Dienstleistungen dient darüber hinaus der Entwicklung der Gemeinschaft bzw. der Diversität der Biosphäre. Das Wissen und die Einstellung der Menschen (auch der Nicht-Kund*innen) ändern sich durch Aktivitäten des Unternehmens, es entsteht Problembewusstsein für gesellschaftliche Herausforderungen, z.B. Reparieren statt Neukauf.

E1.2 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine der aufgelisteten menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen produziert oder verkauft werden?

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

Die Produkte und Dienstleistungen der WoodenValley gGmbH sind grundsätzlich **auf die Förderung des Gemeinwohls und menschenwürdiger Lebensverhältnisse** ausgerichtet. Wir erkennen dennoch an, dass auch gut gemeinte Projekte unbeabsichtigte Nebenwirkungen haben können – insbesondere dann, wenn sie bestimmte Zielgruppen nicht erreichen oder systemisch nicht weit genug gedacht sind.

Mögliche Risiken (reflektiert)

- **Reproduzierung struktureller Ausschlüsse**Wenn unsere Bildungsangebote (z. B. w∞d.ii) vor allem privilegierte Zielgruppen erreichen, kann dies unbeabsichtigt dazu führen, dass benachteiligte Gruppen nicht ausreichend partizipieren. Dem wirken wir entgegen, indem wir gezielt Kooperationen mit Schulen in benachteiligten Quartieren und mit zivilgesellschaftlichen Trägern eingehen.
- **Verstärkung technologischer Pfadabhängigkeiten**Im Bereich der CO_2-Zertifizierung (Projekt GEFION) achten wir darauf, dass neue digitale Lösungen nicht lediglich bestehende marktwirtschaftliche Logiken zementieren, sondern tatsächlich **eine gemeinwohlorientierte Klima-Governance** ermöglichen. Die Entwicklung erfolgt daher partizipativ, open-source-orientiert und mit kritisch-reflexiver Begleitforschung.
- **Greenwashing durch Dritte**Eine potenzielle Gefahr besteht darin, dass unsere LCA-Expertise oder Datenanalysen von externen Partnern für Projekte genutzt werden, die nicht im Sinne des Gemeinwohls wirken. Wir steuern dem entgegen durch sorgfältige Partnerwahl, transparente Kommunikation und klare ethische Standards bei der Projektwahl.

Fazit

Wir sehen aktuell **keine menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen** in unserem Portfolio, überprüfen jedoch laufend, ob unsere Angebote im Sinne von **Zugangsgerechtigkeit, Teilhabe und Gemeinwohlwirkung** weiterentwickelt werden müssen. Unser Anspruch ist, auch unbeabsichtigte Nebenwirkungen offen zu reflektieren – im Dialog mit unserer Peer-Community und den Zielgruppen unserer Arbeit.

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

E2.1 Beitrag zum Gemeinwesen

Berichtsfragen

Welchen direkten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen zur Sicherung des Gemeinwesens (z.B. in Form von Ertragsteuern, lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen)? Welche direkten materiellen Unterstützungen (z.B. Förderungen, Subventionen) erhält das Unternehmen andererseits?

Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet? Worin besteht der Eigennutzen an diesen Aktivitäten?

Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens?

Wie stellt das Unternehmen sicher, dass illegitime Steuervermeidung oder Korruption und negativer Lobbyismus nicht begünstigt bzw. verhindert werden?

Wir leisten als gemeinwohlorientierte Organisation alle gesetzlich vorgesehenen Ertragsteuern, lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträge entsprechend der Wertschöpfung im Inland.
Als Träger gemeinwohlorientierter Forschung und Bildungsarbeit fließen unsere Mittel primär in lokale und regionale Wertschöpfungsketten – u. a. durch die Beauftragung regionaler Handwerksbetriebe, freie Mitarbeitende und Bildungspartner*innen.

Wir erhalten öffentliche Fördermittel, etwa für Bildungsprojekte wie *w∞d.ii* oder Forschungsprojekte im Bereich CO_2-Zertifikate und zirkuläres Bauen. Diese Mittel dienen ausschließlich der Projektentwicklung mit langfristigem Nutzen für das Gemeinwohl – etwa durch Wissenstransfer, ökologische Innovationen oder die Stärkung nachhaltiger und regenerativer Wertschöpfung.

Wir verzichten bewusst auf Überförderung und nutzen keine Subventionen, die rein wirtschaftlichen Eigeninteressen dienen. Unsere Kalkulationen erfolgen auf Basis realer Bedarfe und im Dialog mit Förderstellen und den zu fördernden Stellen.

Wir engagieren uns ehrenamtlich und gemeinwohlorientiert u. a. durch:

- open source Bildungsmaterialien für Schulen und zivilgesellschaftliche Kontexte
- Wissenstransfer durch Vorträge, Workshops, Open-Source-Veröffentlichungen und Prototypen
- Unterstützung von zivilgesellschaftlichen Initiativen (z. B. TIBO e.G., Zukunftsorte e.V., Wir bauen Zukunft eG, Regionalgruppen der Cradle to Cradle NGO)
- Mitgestaltung von Netzwerken und Plattformen für ökologische Bauwende, Postwachstum und regenerative Stadtentwicklung

Für diese Tätigkeiten investieren wir jährlich einen erheblichen Anteil unserer Arbeitszeit (geschätzt ca. 25% der verfügbaren Kapazitäten),

Der Nutzen für uns liegt nicht in finanziellen Gewinnen, sondern in der Stärkung von Kooperation, Lernkultur, Reputation und Innovationskraft – im Sinne eines ökologisch und sozial tragfähigen Netzwerk-Ökosystems. Natürlich kommt es uns aber gleichzeitig zu Nutzen, wenn es darum geht, Sichtbarkeit in diesen Themen zu haben und so auch wirtschaftlich orientierte Aufträge als ein*e glaubwürdige*r Partner*in zu erhalten. Da unser Wirtschaftszweck per se aber dem Gemeinwohl zugeschrieben ist, hebelt es unsere Uneigennützigkeit nicht aus.

Unsere Aktivitäten fördern:

- systemisches Verständnis für ökologisch-regenerative Bauweisen
- frühzeitige Sensibilisierung junger Menschen für Suffizienz, Kreislaufwirtschaft und Gemeinwohlökonomie
- gemeinwohlorientierte Bauprojekte und Lernräume, die als Modelllösungen übertragbar sind
- die Transformation von Planung, Bildung und Praxis hin zu zukunftsfähigen Lösungen in Architektur, Bau und Stadtentwicklung

Wir haben uns außerdem von Beginn an in Verantwortungseigentum gegründet. Das bedeutet:

- Keine externen Gewinnabschöpfungen

- Transparente Mittelverwendung mit Reinvestition aller Überschüsse in gemeinwohlorientierte Zwecke
- Keine Einflussnahme durch Investor*innen oder Partikularinteressen
- Kein Einsatz von Steuersparmodellen oder Offshore-Strukturen

Unsere Zusammenarbeit mit politischen und verwaltungstechnischen Institutionen geschieht zum Zweck des Gemeinwohls – etwa zur Mitgestaltung von Förderprogrammen oder Ausschreibungen für zirkuläres und regeneratives Bauen oder Bildungsinitiativen.

Erlöse

2024
23.347,82 €

2023
3.200 €

Abgaben

2024
237.888,90 €

2023
37.992,54 €

Subventionen

2024
436.076 €

2023
52.277 €

Alle Zuschüsse zu Bildungs- und Forschungsprojekten haben wir in dieser Kennzahl zusammengefasst.

Wertschöpfung

2024
384.846,35 €

2023
52.503,62 €

Netto-Abgabenquote

2024
61,38 %

2023
72,36 %

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

2024
100 %

2023
100 %

In den Jahren 2023 und 2024 wurden sämtliche verfügbaren Mittel der WoodenValley gGmbH für gemeinwohlorientierte Zwecke eingesetzt. Die Schwerpunkte lagen auf Bildungs- und Forschungsaktivitäten, insbesondere im Rahmen der Projekte **GEFION** (digitale CO_2-Zertifizierung für Holzbau) und **w∞d.ii** (mobiler Lernraum für zirkuläres Denken). Beide Projekte zielen darauf ab, gesellschaftliche und ökologische Herausforderungen – etwa den Klimaschutz, die Förderung nachhaltigen Bauens und die Bildung für nachhaltige Entwicklung – systemisch zu adressieren.

Ein wirtschaftlicher Eigennutz konnte aus diesen Aktivitäten nicht gezogen werden. Vielmehr wurden vorhandene Einnahmen unmittelbar in Maßnahmen überführt, die dem satzungsgemäßen Gemeinwohlauftrag der Organisation entsprechen.

Damit leistet die Organisation in beiden Jahren einen substanziellen Beitrag zur Erreichung der globalen Nachhaltigkeitsziele (SDGs) – insbesondere in den Bereichen **Qualitätsbildung (SDG 4)**, **nachhaltige Städte und Gemeinden (SDG 11)** sowie **Maßnahmen zum Klimaschutz (SDG 13)**.

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

2024

100 %

2023

100 %

In den Jahren 2023 und 2024 war die gesamte Arbeitszeit der Beschäftigten der WoodenValley gGmbH auf gemeinwohlorientierte Aktivitäten ausgerichtet. Schwerpunkte bildeten die Entwicklung und Umsetzung der Projekte **GEFION** (Forschung zur digitalen CO_2-Zertifizierung von Holzbauprojekten) sowie **w∞d.ii** (Bildung für nachhaltiges Bauen und Kreislaufwirtschaft). Beide Initiativen wurden nicht im Rahmen marktüblicher Auftragsverhältnisse erbracht, sondern folgten dem satzungsgemäßen Zweck der Förderung von Wissenschaft, Forschung und Bildung für das Gemeinwohl.

Ein messbarer Eigennutz – etwa durch klassische wirtschaftliche Verwertung der erbrachten Leistungen – lag nicht vor. Stattdessen wurden sämtliche personellen Ressourcen für öffentlich zugängliche Forschung, offene Bildungsformate, Sensibilisierungskampagnen und die Entwicklung gemeinnütziger Infrastruktur eingesetzt.

Damit floss **die gesamte geleistete Arbeitszeit** in Tätigkeiten ein, die dem Gemeinwohl dienen – und dies in Übereinstimmung mit den Zielen der SDGs, etwa **SDG 4 (hochwertige Bildung)**, **SDG 11 (nachhaltige Städte und Gemeinden)** und **SDG 13 (Maßnahmen zum Klimaschutz).**

Selbsteinschätzung



Fortgeschritten

Die grundsätzliche Bereitschaft über Steuern und Abgaben einen fairen Beitrag zum Gemeinwesen zu leisten, ist im Unternehmen klar erkennbar. Das Unternehmen setzt konkrete Maßnahmen, um einen angemessenen Beitrag zu leisten. Freiwillige Leistungen erfolgen in erhöhtem Ausmaß und nur bei plausiblen Wirkungszusammenhängen. Erste Formen der Wirkungsüberprüfung sind vorhanden.

E2.2 Negativ-Aspekt: Illegitime Steuervermeidung

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es keinerlei Praktiken betreibt, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entziehen?

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

Die woodenValley gGmbH ist eine **gemeinnützige Gesellschaft in Verantwortungseigentum** mit klar gemeinwohlorientierter Zielsetzung. Eine illegitime Steuervermeidung widerspricht unserem Selbstverständnis und ist **strukturell ausgeschlossen** durch folgende Merkmale:

- **Rechtsform & Satzung: Gemeinnützige GmbH in Verantwortungseigentum**In unserer Satzung ist das Prinzip des **Verantwortungseigentums** verankert: Die unternehmerische Kontrolle bleibt bei aktiv tätigen Personen, Kapitalanteile sind von der Wertsteigerung abgekoppelt, und es gibt **keine Gewinnentnahme**. Gewinne werden ausschließlich reinvestiert oder für gemeinnützige Zwecke verwendet.

- **Gemeinnützigkeit und Transparenz**Wir unterliegen der Gemeinnützigkeitsprüfung durch das Finanzamt. Sämtliche Mittelverwendungen erfolgen zweckgebunden, projektbezogen und werden dokumentiert. Überschüsse fließen direkt in Bildungs-, Forschungs- oder Aufklärungsarbeit zurück.
- **Keine Auslagerung, keine Steuervermeidung**Wir operieren ausschließlich in Deutschland, betreiben **keine internationalen Holding-Strukturen**, Auslagerungen oder Modelle zur Steueroptimierung. Unsere Buchhaltung erfolgt transparent und regelkonform nach deutschem Handels- und Steuerrecht.
- **Transparente Projektfinanzierung**Unsere Einnahmen stammen im Wesentlichen aus Fördermitteln, projektbezogenen Dienstleistungen und gemeinwohlorientierten Kooperationen. Auch potenziell steuerpflichtige Einnahmen (z. B. Beratungsleistungen) werden ordnungsgemäß deklariert.

Fazit

Unser Organisationsmodell schließt illegitime Steuervermeidung **strukturell und kulturell** aus. Die Kombination aus **Gemeinnützigkeit, Verantwortungseigentum und transparenter Mittelverwendung** stellt sicher, dass unser wirtschaftliches Handeln dem Gemeinwohl verpflichtet bleibt – auch im steuerlichen Bereich.

E2.3 Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es selbst keine korruptionsfördernden Praktiken betreibt und dass sämtliche Lobbying-Aktivitäten offengelegt wurden?

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

Die WoodenValley gGmbH agiert als **gemeinnützige Organisation in Verantwortungseigentum**, deren Tätigkeiten auf Bildungs-, Forschungs- und Transformationsarbeit ausgerichtet sind. Aufgrund unserer schlanken Struktur, unserer Satzung und Gemeinwohlbindung ist das **Risiko für Korruption oder Vorteilsgewährung äußerst gering**. Dennoch reflektieren wir diese potenziellen Risiken regelmäßig.

Unsere Präventionsmaßnahmen

- **Strukturelle Absicherung durch Verantwortungseigentum**Unsere Satzung schließt eigennützige Interessen aus: Es gibt keine Gewinnentnahme, keine Beteiligungen Dritter und keine kapitalgetriebene Entscheidungsstruktur.
- **Transparente Mittelverwendung & Förderabrechnung**Projektmittel werden zweckgebunden und dokumentiert eingesetzt. Fördermittelverträge werden ordnungsgemäß abgerechnet und im Vier-Augen-Prinzip kontrolliert. Wir veröffentlichen regelmäßig Informationen zu Projektzielen und -partnern.
- **Klare Entscheidungsprozesse bei Partnerschaften**Kooperationen und Partnerprojekte werden anhand **sachlicher Kriterien und thematischer Passung** ausgewählt. Bei der Vergabe von Leistungen (z. B. Honoraren oder Aufträgen) wird auf **fachliche Eignung, Marktüblichkeit und Transparenz** geachtet.
- **Gemeinwohlorientierte Organisationskultur**Unsere Organisation lebt eine offene und werteorientierte Kultur. Integrität, Fairness und Transparenz sind zentrale Bestandteile unserer internen Zusammenarbeit wie auch im Außenverhältnis.

Fazit

Trotz geringer struktureller Risiken reflektieren wir regelmäßig potenzielle Gefahren der Vorteilsgewährung und sichern unsere Prozesse entsprechend ab. Damit leisten wir unseren Beitrag zu einer **korruptionsfreien, verantwortungsvollen Gemeinwohlökonomie**.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

E3.1 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Berichtsfragen

Welche negativen Umweltwirkungen in Bezug auf Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse?

Welche Daten zu den wesentlichen Umweltwirkungen (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?

Wie werden Umweltdaten veröffentlicht?

Die Reduktion ökologischer Auswirkungen ist zentraler Bestandteil unseres Selbstverständnisses. Als **gemeinnützige Organisation für klimapositives Bauen und Kreislaufwirtschaft** streben wir es an, nicht nur durch unsere Angebote und Produkte einen möglichst hohen ökologischen Mehrwert zu erzeugen, sondern auch in unseren eigenen Prozessen, Umweltwirkungen in den Vordergrund zu stellen, zu evaluieren und stetig zu optimieren.

Für die **Herstellung von w∞d.ii**, unserem mobilen Lernraum, haben wir uns vor Beginn des Projekts mit ressourceneffizienter Materialwahl, Konstruktion und Rückbaufähigkeit auseinandergesetzt und projektbegleitend eine detaillierte Lebenszyklusanalyse durchgeführt, um mögliche ökologische Auswirkungen messbar zu machen und gezielt optimieren zu können (w∞d.ii's CO2 Fußabdruck findet ihr im Anhang). w∞d.ii ist so geplant und gebaut, dass er über seinen Lebenszyklus hinweg **mehr CO_2 speichert als verursacht** – ein praktisches Demonstrationsobjekt für emissionsvermeidende, kreislauffähige Gebäude. Alle Materialien, die in w∞d.ii verbaut sind, sind in einem digitalen Materialpass (im Anhang) festgehalten, um einen vollständigen Rückbau und Wiederverwendung der Materialien am Ende der Nutzungsphase zu gewährleisten. Mögliche Änderungen, die während der Nutzungsphase auftreten könnten werden in einem digitalen Zwilling (Building Information Modelling) erfasst, damit alle Informationen während w∞d.ii's gesamter Lebensdauer abruf- und nachvollziehbar sind. Veröffentlicht werden diese Informationen in Zukunft auf unserer Website. In den Berichtsjahren war das noch nicht möglich, da der Bauprozess erst Anfang 2025 beendet wurde.

Unsere **Arbeitsprozesse und Betriebsweise** sind überwiegend digital und schlank. Reisen und Materialverbrauch sind minimal. Veranstaltungen werden ressourcenschonend organisiert. Wir berücksichtigen bei der Auswahl unserer Materialien (z. B. im Prototypenbau) ökologische Kriterien wie Herkunft, Wiederverwendbarkeit, Recyclingfähigkeit und CO_2-Bindung. Trotzdem fallen auch bei uns Emissionen an, es kommt Abfall auf und wir nutzen Verbrauchsgüter wie Strom, Wasser und Energie. Aufgrund unserer Arbeitstätigkeit, hauptsächlich aus dem Home Office oder im Co-Working haben wir bislang keine fundierte Datenerhebung zum Großteil der Umweltkonten gemacht. Transporte, Benzinverbrauch und daraus resultierende Emissionen sind dokumentiert, jedoch bislang nicht tiefergehend analysiert und/oder veröffentlicht. Schätzwerte zu anderen Umweltkonten wie Reisen, Strom- und Papierverbrauch, liegen ebenfalls vor (siehe unten). Unser Ziel ist es, einen Plan zur regelmässigen Erhebung der Daten für alle relevanten Konten sowie deren Analyse zu erstellen, um fortlaufend Verbesserungspotenzial identifizieren und konkrete Verbesserungsmaßnahmen umsetzen zu können.

Relevante Umweltkonten des Unternehmens

2024

Im Jahr 2024 arbeitete unsere Organisation weiterhin vollständig digital und verfügte über keine eigenen Büroräume. Die operative Tätigkeit fand ausschließlich in CoWorking-Spaces sowie im Home-Office statt, was den betrieblichen Umweltfußabdruck erheblich reduzierte. Dadurch konnten Ressourcen wie Energie, Wasser und Fläche gemeinschaftlich genutzt werden, Aufgrund der geteilten

Infrastruktur war jedoch keine separate Erfassung einzelner Verbrauchswerte (z. B. Strom, Heizung, Wasser oder Abfall) möglich.

Die durchschnittliche Teamgröße betrug im Jahr 2024 rund 12,6 Mitarbeitende. Für die Umsetzung unserer Bildungs-, Forschungs- und Beratungsarbeit wurden im Jahr 2024 insgesamt ca. 49.500 Kilometer im Rahmen von Dienstreisen zurückgelegt:

Davon entfielen rund 40.000 Kilometer auf Bahn- und ÖPNV-Fahrten, ca. 5.000 Kilometer auf Mietwagenfahrten sowie 4.500 Kilometer auf den Einsatz eines Zugfahrzeugs im Rahmen unserer Roadshow mit dem w∞d.ii-Prototyp. Das Zugfahrzeug hatte einen durchschnittlichen Verbrauch von 20 Litern Diesel pro 100 Kilometer. Aus diesen Mobilitätsaktivitäten ergibt sich ein geschätzter CO_2-Ausstoß von insgesamt rund **4.530 Kilogramm CO_2-Äquivalenten**, was etwa **366 Kilogramm CO_2 pro Person** entspricht.

Die tägliche Arbeit erfolgte weiterhin ausschließlich digital auf privaten Laptops. Es kamen keine stationären Computer, Server oder eigene IT-Infrastruktur zum Einsatz. Der geschätzte Stromverbrauch durch genutzte Geräte belief sich auf rund 198 Kilowattstunden, woraus sich – basierend auf dem durchschnittlichen deutschen Strommix – ein CO_2-Ausstoß von etwa **69 Kilogramm CO_2** ergibt.

Der Papierverbrauch lag inklusive aller Marketing- und Informationsmaterialien bei ca. 2.000 Seiten, was rund 10 Kilogramm Papier entspricht. Daraus resultierten CO_2-Emissionen von rund **13 Kilogramm CO_2**.

Trinkwasser-, Heizenergie- und Abfallverbräuche konnten aufgrund der geteilten Nutzung bestehender Infrastruktur (CoWorking, Home-Office) nicht getrennt bilanziert werden. Diese sind dem Unternehmen nicht direkt zurechenbar und insgesamt als sehr gering einzuschätzen.

Die ökologischen Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit sind durch unsere ressourcenschonende, digitalisierte und mobile Arbeitsweise weiterhin als gering zu bewerten. Unser Ziel ist es, auch bei zukünftigem Wachstum die ökologischen Auswirkungen kontinuierlich zu überwachen und weiter zu reduzieren – etwa durch bewusste Mobilitätsentscheidungen, kreislaufgerechte Materialwahl in unseren Projekten und transparente Kommunikation unseres CO_2-Fußabdrucks.

2023

Im Jahr 2023 arbeitete unsere Organisation vollständig digital und ohne eigene Betriebsräume. Die operative Tätigkeit fand überwiegend in CoWorking-Spaces sowie im Home-Office statt. Durch diese Arbeitsweise konnten Ressourcen wie Energie, Wasser und Fläche gemeinschaftlich genutzt werden, was den betrieblichen Umweltfußabdruck erheblich reduzierte. Aufgrund der geteilten Infrastrukturen war jedoch keine separate Erfassung einzelner Umweltverbräuche (z. B. Strom, Wasser, Heizung, Abfall) möglich.

Für die Umsetzung unserer Bildungs- und Forschungsvorhaben sowie die Netzwerkpflege wurden rund **30.000 Kilometer mit öffentlichen Verkehrsmitteln (Bahn und ÖPNV)** zurückgelegt. Zusätzlich kamen für ca. zehn Dienstreisen Mietwagen zum Einsatz (geschätzte 1.000 km). Insgesamt verursachten unsere Dienstreisen **etwa 2.250 Kilogramm CO_2-Äquivalente**, was bei einer durchschnittlichen Personalstärke von **drei Mitarbeitenden** einem spezifischen Ausstoß von rund **750 Kilogramm CO_2 pro Person** entspricht.

Unsere Arbeit erfolgte ausschließlich digital und mit privaten Laptops, es kamen keine stationären Rechner oder eigene Server zum Einsatz. Der Stromverbrauch für die

genutzten Endgeräte belief sich auf rund **198 Kilowattstunden**, was einem CO_2-Ausstoß von etwa **69 Kilogramm** entspricht (Basis: deutscher Strommix).

Papier wurde im Sinne der Ressourcenschonung nur sehr begrenzt eingesetzt. Insgesamt wurden weniger als **1.000 Seiten Papier** verbraucht, entsprechend etwa **5 Kilogramm Papier** bzw. **6,5 Kilogramm CO_2**. Es erfolgte kein postalischer Versand; sämtliche internen und externen Kommunikationsprozesse wurden digital abgewickelt.

Da keine eigene Betriebsstätte betrieben wurde, konnten Verbrauchswerte für Trinkwasser, Heizenergie oder Abfallaufkommen nicht separat bilanziert werden. Diese fielen entweder im Rahmen der gemeinsam genutzten CoWorking-Infrastrukturen oder im Home-Office an.

Die ökologischen Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit sind durch unsere ressourcenschonende, mobile und vollständig digitalisierte Arbeitsweise insgesamt als sehr gering einzuschätzen. Unser Anspruch ist es, auch bei zukünftigem Wachstum unsere Umweltwirkungen weiterhin konsequent zu minimieren und wo möglich zu kompensieren oder durch regenerative Prozesse auszugleichen.

Selbsteinschätzung



Fortgeschritten

Das Unternehmen kennt seine Ressourcennutzung und Emissionen sowie den ökologischen Fußabdruck, erhebt Kennzahlen zu den wesentlichen Umweltkonten und verfügt über Optimierungsstrategien.

E3.2 Negativ-Aspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es nicht gegen Umweltauflagen verstößt bzw. die Umwelt nicht unangemessen belastet?

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

Die woodenValley gGmbH verfolgt einen **explizit ökologischen Auftrag**: Wir fördern durch Bildungsarbeit, Forschung und Beratung den Wandel zu einer **klimapositiven und zirkulären Bauweise**. Daraus ergibt sich nicht nur eine starke Vermeidung ökologischer Belastungen, sondern ein aktiver Beitrag zur Reduktion von Emissionen und Ressourcennutzung im Bausektor.

Keine Verstöße gegen Umweltauflagen

- Wir unterliegen als gemeinnützige Organisation keinen umweltrelevanten Auflagen im klassischen industriellen Sinne (z. B. im Bereich Produktion, Chemie, Emissionen).
- Alle projektbezogenen Tätigkeiten erfolgen im Einklang mit geltenden Umweltvorgaben, etwa bei der Nutzung von Fördermitteln oder beim Materialeinsatz im Kontext von Prototypen (z. B. w∞d.ii).

Bewusst minimierte Umweltbelastung

- Unsere Geschäftstätigkeit ist primär **wissensbasiert und digital** organisiert. Reisetätigkeit, Materialeinsatz und Energieverbrauch sind sehr gering.
- Dort, wo Ressourcen zum Einsatz kommen (z. B. bei der Entwicklung von Bildungsmodulen, Prototypen, Veranstaltungsformaten), achten wir auf eine **klimapositive und kreislauforientierte Gestaltung**.
- Unser mobiler Lernraum w∞d.ii wird zirkulär konstruiert, CO_2-speichernd gebaut und dient der Umweltbildung – somit entsteht durch das physische Produkt **kein ökologischer Schaden**, sondern ein klarer Beitrag zum ökologischen Bewusstsein.

Reflexion potenzieller Umweltwirkungen

- Wir reflektieren regelmäßig unseren **eigenen ökologischen Fußabdruck**, z. B. im Rahmen von Projektanträgen, Lebenszyklusanalysen und Wirkungsmonitoring.
- Im Rahmen unserer Beratungsarbeit motivieren wir unsere Partner, **eigene Umweltauswirkungen transparent zu machen und zu reduzieren** – und begleiten sie aktiv dabei.

Fazit

Es bestehen **keine umweltrechtlichen Verstöße** oder unangemessenen Umweltbelastungen durch unsere Organisation. Vielmehr ist die Vermeidung und Reduktion ökologischer Schäden – im Sinne der planetaren Belastungsgrenzen – **zentraler Bestandteil unseres Wirkens**.

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

E4.1 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Berichtsfragen

Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst, und in welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation, Zugänglichkeit für die Öffentlichkeit)?

Wie können Bürger*innen in Dialog treten und gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?

Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert, und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?

Wir verstehen Transparenz und Mitbestimmung nicht als Pflicht, sondern als Grundpfeiler einer regenerativen und demokratischen Organisationskultur. Dabei sehen wir insbesondere Kinder, Jugendliche, künftige Generationen und die Mitwelt als Akteur*innen, deren Interessen heute repräsentiert und geschützt werden müssen. Unsere Formate sollen daher nicht nur informieren, sondern befähigen. In den Berichtsjahren 2023 und 2024 waren wir dazu in folgenden Punkten aktiv:

Wir haben Informationen erfasst und dokumentiert insbesondere in Bezug auf:

- Ökologische Auswirkungen unserer Projekte (CO_2-Fußabdruck, eingesetzte Materialien, Rückbau- und Recyclingfähigkeit – bei w∞d.ii dokumentiert in einer LCA und einem digitalen Materialpass)
- Nutzung öffentlicher Fördermittel (Transparenz über Herkunft, Zweckbindung und Verwendung)

Die Veröffentlichung erfolgte:

- Über unsere Website
- In projektbezogenen Dokumentationen und Berichten (z. B. digitaler Materialpass, Projektbroschüren)
- In sozialen Medien, Präsentationen auf Veranstaltungen sowie öffentlichen Vorträgen und Workshops
- Im direkten Austausch mit Kooperationspartner*innen, Schulen, Kommunen und NGOs

Wir haben bewusst niedrigschwellige und dialogische Formate entwickelt, um gesellschaftliche Anliegen aufzunehmen und in Dialog zu treten. Über diese Formate und Kanäle bekommen wir Anfragen sowie Denkanstöße zu unseren Angeboten, deren Inhalten und Verfügbarkeit.

- Offene Beteiligungsformate, z. B. Zukunftswerkstätten, kreative Co-Design-Prozesse oder Beteiligung an Workshops
- Direkter Kontakt über Mail, Social Media und Veranstaltungen

Momentan setzen wir uns zusammen mit dem Accelerator der Impact First mit der Messung unserer Wirkung auseinander, die auch die Dokumentation von Dialogergebnissen beinhaltet und uns befähigen soll, Rückschlüsse auf die Wirkung unserer Arbeit zu ziehen und unsere Angebote dementsprechend zu optimieren.

Veröffentlichung eines Gemeinwohl-Berichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung

2024

Ja

2023

Ja

Wir haben für die Jahre **2023 und 2024 jeweils einen ausführlichen Tätigkeitsbericht** erstellt, der als **gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung** dient. Diese Berichte dokumentieren unsere Projekte, Wirkungsziele, Aktivitäten, Partnernetzwerke und inhaltlichen Schwerpunkte – insbesondere im Bereich Bildung, Forschung und Beratung für klimapositives und zirkuläres Bauen.

Die Tätigkeitsberichte sind nicht nur ein Mittel der freiwilligen Transparenz gegenüber Partner*innen, Fördermittelgeber*innen und der Öffentlichkeit, sondern werden auch im Rahmen der steuerlichen **Gemeinnützigkeitsprüfung gegenüber dem Finanzamt** eingesetzt. Sie enthalten Informationen über den **satzungsgemäßen Mitteleinsatz** und die **gesellschaftliche Wirkung unserer Arbeit**.

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

Verbesserungspotenziale/Ziele

Erfassung und Dokumentation weiterer Informationen

Entscheidungsprozesse in Bildungs- und Bauprojekten, die öffentliche Räume oder Zielgruppen betreffen (z. B. Platzierung von Lernorten, pädagogische Inhalte)

Mehr niedrigschwellige und dialogische Formate

Bildungsangebote mit Feedbackschleifen, bei denen Kinder, Jugendliche, Pädagog*innen und zivilgesellschaftliche Akteur*innen ihre Perspektiven einbringen können

Geplante digitale Mitgestaltungsformate auf unserer Website (ab 2026), z. B. Ideensammlungen, Umfragen, Kommentarfunktionen

Dokumentation des Dialoges für besseren Einfluss auf die Entscheidungsfindung

- Rückmeldungen aus Workshops und Veranstaltungen werden systematisch festgehalten (als Workshop-Protokolle, Mindmaps, Feedbacksheets)
- Relevante Erkenntnisse aus Dialogformaten werden regelmäßig im Team reflektiert und fließen in Projektentwicklung, pädagogische Konzeption und Standortentscheidungen ein
- Für zentrale Projekte wie w∞d.ii dokumentieren wir Entscheidungsprozesse im Projektarchiv und evaluieren diese retrospektiv
- Ab 2026 planen wir eine Veröffentlichung regelmäßigerReflexionsberichte zu Dialogformaten und ihren Auswirkungen
- Wir nehmen teil an einem Impact Accelerator, um die Wirksamkeit unserer Angebote professionell zu dokumentieren und Tools zu finden, die uns helfen, die dokumentierten Ergebnisse besser in zukünftige Entscheidungen einzubinden

Selbsteinschätzung



Fortgeschritten

Einfache gesellschaftliche Berichterstattung online oder in anderen leicht verfügbaren Publikationen; Veröffentlichung der Werthaltung des Unternehmens. Bei einigen relevanten Projekten werden aktiv relevante Berührungsgruppen einbezogen und Argumente ausgetauscht. Ausreichende, leicht zugängliche Dokumentation.

E4.2 Negativ-Aspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Berichtsfrage

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es keine falschen Informationen über das Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene verbreitet?

Wir veröffentlichen nach bestem Wissen keine falschen Informationen. Wir betreiben keine bewusste Desinformation. Wir stehen für eine offene, dialogische Kommunikationskultur und laden zur kritischen Rückmeldung ein.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Kommunikation unserer kritischen Auseinandersetzung mit laufenden Forschungsaufgaben

Transparenz bedeutet für uns nicht nur, über unsere Ziele und Fortschritte zu berichten, sondern auch über die Spannungsfelder, in denen wir uns bewegen. Deshalb werden wir künftig verstärkt kommunizieren, welchen Gesetzen, Normen und politischen Rahmenbedingungen wir kritisch gegenüberstehen – insbesondere dort, wo sie aus unserer Sicht soziale oder ökologische Nachhaltigkeit behindern oder Greenwashing ermöglichen.

In Kooperation mit Partner*innen aus Wissenschaft, Zivilgesellschaft und Politik arbeiten wir daran, solche problematischen Strukturen sichtbar zu machen, Greenwashing-Aspekte aufzudecken und für einen differenzierten öffentlichen Diskurs beizutragen. Dazu gehört auch, unsere eigenen Herausforderungen und „Schmerzpunkte“ offen zu benennen – sei es bei der Umsetzung unserer Werte, bei Zielkonflikten im Alltag oder beim Navigieren durch widersprüchliche gesetzliche Anforderungen.

Wir sehen diese Offenheit als Teil unserer Informationsverantwortung gegenüber der Gesellschaft und als Einladung zum Dialog über eine gerechtere und regenerativ ausgerichtete Zukunft.

Ausblick

Kurzfristige Ziele

1. Noch mehr Preis- sowie Wertetransparenz schaffen:

- Code of Conduct bei Angeboten
- Preistransparenzmaßnahmen

2. Transparenz in der Kommunikation verbessern:

- Transparenz von kritischen Themen in unserer Forschung und Bildung
- Transparenz unserer Herausforderungen

Langfristige Ziele

1. Sektorweite Wirkung entfalten:

Z.B. mit Initiativen wie der Transparenzkampagne den Diskurs in der Branche mitprägen und weitere Unternehmen für eine mutige, ehrliche Kommunikation gewinnen.

Oder durch Mitgestaltung der Kriterien der EPBD im Rahmen der Bauwende Allianz.

2. Dokumentation verbessern, um unsere Kriterien glaubwürdig und konsequent umsetzen zu können:

z.B. Kriterien und Einschätzungen zu Lieferant*innen systematisch dokumentieren, sowie Feedbacks integrieren

zahlt ein auf Vorbildfunktion:

Als Organisation mit gut dokumentierten und transparenten Prozessen und konsequenten Lieferkettenstandards eine Vorreiterrolle im zirkulären Bauen einnehmen.

EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Richtlinie zur nichtfinanziellen Berichterstattung nach 2014/95/EU)

Auf eine Erklärung zur Konformität mit der bestehenden EU-Richtlinie zur Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen wird verzichtet.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Wer war bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz/ dem GWÖ-Bericht im Unternehmen involviert? Welche Stakeholder waren involviert? (Name, Position/ Verbindung zum Unternehmen)

Die Erstellung unserer Gemeinwohl-Bilanz wurde von Martina Mazaheri geleitet und von Kamila Pasko sowie Robert Böker unterstützt. Über mehrere Monate hinweg war das gesamte Team von WoodenValley in den Prozess eingebunden – insbesondere durch regelmäßige Status-Meetings, in denen Zwischenstände geteilt, Indikatoren diskutiert und Maßnahmen gemeinsam abgestimmt wurden.

Die msmTAX Steuerberatungsgesellschaft hat uns bei der Aufbereitung und Bewertung der wirtschaftlichen Angaben unterstützt. Darüber hinaus waren wir Teil einer Peer-Group, die von Tim Weinert und Matthias Rausch begleitet wurde. In diesem Rahmen haben wir durch den offenen Austausch mit anderen Organisationen wertvolles Feedback erhalten – insbesondere von

– Institut für Auslandsbeziehungen e.V.

– Praxis Schneeweiß Ergotherapie

– Sicherheitsakademie Steiner GmbH

– Teckwerke Bürgerenergie

Der Peer-Prozess hat uns geholfen, unsere Gemeinwohl-Orientierung kritisch zu reflektieren, Stärken zu bestätigen und konkrete Entwicklungsfelder für die nächste Bilanzperiode zu identifizieren.

Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?

250 Stunden

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

Die Ergebnisse der Gemeinwohl-Matrix wurden in einem Sondertermin unseres regelmäßig stattfindenden 14-tägigen Team-Meetings vorgestellt und gemeinsam diskutiert. Zwar haben wir die Gemeinwohl-Bilanzierung bereits in den vorangegangenen Monaten immer wieder in unseren Status-Meetings thematisiert und Zwischenstände geteilt, jedoch blieben aufgrund begrenzter zeitlicher Ressourcen – insbesondere, da viele Teammitglieder nur in Teilzeit tätig sind – vertiefende Diskussionen meist aus. Um den Prozess dennoch effizient zu gestalten, haben wir uns darauf verständigt, die inhaltliche Bearbeitung im Kernteam von drei Personen zu fokussieren und die interne Kommunikation auf Basisinformationen zu beschränken. Im Sondertermin wurden schließlich die identifizierten Maßnahmen, kurz- und langfristigen Ziele sowie die geplanten Kommunikationsmaßnahmen vorgestellt.

Anhang

Anhang 1: Anmerkungen zu Angaben im GWB-Rechner

A Lieferant*innen

5 wichtigsten Branchen, aus denen Sie Produkte/Dienstleistungen beziehen

Lieferant*innen nach Ausgaben 2023	Lieferant*innen nach Ausgaben 2024
AXA Versicherung AG	Hauptsache Tiny GmbH
Asana, Inc.	Wir Bauen Zukunft eG
Cradle to Cradle NGO	wizemann.space GmbH
Neupitz GmbH	Solara GmbH
Rohm & Partner StBG mbB	Tim Pleuger
Lenovo Deutschland GmbH	Alois Kober GmbH
DB Fernverkehr AG / DB Regio AG	MSM Steuerberatungsgesellschaft mbH
AXA Leben	DB Fernverkehr AG
DB Fernverkehr AG	Roedders Handelsgesellschaft
Kraft im Wandel	AXA Versicherung AG
Impact Hub Stuttgart	Rohm & Partner
Druckerei Lokay e.K.	Rohm & Partner StBG mbB
Personio SE & Co. KG	Asana, Inc.
Haus des Stiftens gGmbH	inoio GmbH
105 Viertel Impact Hub GmbH	Insight Events ApS
Deutsches Patent- und Markenamt	
Airbnb	
Studio Zum Heimathafen	

B Eigentümer*innen, Eigenkapital- und Finanzpartner*innen

Gewinn (EBIT)

In den Geschäftsjahren 2023 und 2024 wurde von der WoodenValley gGmbH **kein wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb im Sinne der Abgabenordnung** geführt. Alle Einnahmen und Ausgaben sind den Bereichen **Ideeller Tätigkeitsbereich** oder **Zweckbetrieb** zugeordnet. Ein separater wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb wurde weder rechtlich aktiviert noch im Jahresabschluss ausgewiesen. Entsprechend ergibt sich für beide Jahre ein Gewinn (EBIT) des wirtschaftlichen Geschäftsbetriebs von **0,00 €**.

Finanzierungskosten

Die Finanzierungskosten der WoodenValley gGmbH beliefen sich im Geschäftsjahr **2024 auf insgesamt 5.893,20 €** (Vorjahr: 6.286,85 €). Sie setzen sich im Wesentlichen aus **Zinsaufwendungen für langfristige Gesellschafterdarlehen und ein Bankdarlehen** zusammen. Die Organisation arbeitet mit einem bewusst **nicht renditeorientierten Finanzierungsmodell**, das auf **gemeinwohlorientierte Partnerschaften und Verantwortungseigentum** aufbaut.

Ein Großteil der Finanzierungskosten entfällt auf:

- ein langfristiges **Darlehen bei der GLS Bank**,

- sowie **zinsenpflichtige Gesellschafterdarlehen**, die zur Vorfinanzierung von Investitionen und Projektkosten bereitgestellt wurden.

Die Finanzierungsstruktur wird regelmäßig überprüft mit dem Ziel, die laufenden Finanzierungskosten so gering wie möglich zu halten, ohne die Handlungsfähigkeit der Organisation einzuschränken. Die WoodenValley gGmbH verzichtet vollständig auf kapitalmarktbasierte Finanzierungen.

Erträge aus Finanzanlagen

In den Geschäftsjahren **2023 und 2024** hat die WoodenValley gGmbH **keine Erträge aus Finanzanlagen** erzielt. Es bestehen **keine Fondsanlagen, Beteiligungen oder sonstigen verzinslichen Kapitalanlagen**, die über kurzfristige Bankguthaben hinausgehen.

Die in der Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesenen **Zinserträge** in Höhe von

- **4,85 € im Jahr 2024** und
- **0,00 € im Jahr 2023**resultieren ausschließlich aus minimal verzinsten **Bankguthaben bei der GLS-Bank**.

Die Organisation verfolgt eine **gemeinwohlorientierte Finanzstrategie** und legt Mittel nicht kapitalmarktorientiert an. Ziel ist es, **maximale Transparenz und Zweckbindung** sicherzustellen. Liquiditätsüberschüsse werden projektbezogen vorgehalten oder für Investitionen im Sinne der Satzung verwendet – nicht zur Ertragsmaximierung.

Bilanzaktiva

Die **Bilanzsumme (Aktivseite)** der WoodenValley gGmbH belief sich zum Stichtag **31.12.2024 auf 370.025,51 €** (Vorjahr: 293.377,79 €). Der deutliche Anstieg resultiert im Wesentlichen aus Investitionen in das Projekt **w∞d.ii** sowie aus der Mittelaufnahme zur Vorfinanzierung laufender Förderprojekte.

Die Vermögensstruktur ist geprägt von einem starken Aufbauprozess im Zusammenhang mit Bildungs- und Forschungsinfrastruktur. Die Aktivseite spiegelt damit die strategische Entscheidung wider, Wirkung durch gemeinwohlorientierte Investitionen aufzubauen, anstatt Kapital zu akkumulieren.

Zugänge zum Anlagevermögen

Der überwiegende Teil entfiel auf den Aufbau und die Ausstattung des ersten mobilen Lernraums **w∞d.ii**, der als Demonstrator für klimapositives Bauen und zirkuläre Bildungsarbeit konzipiert ist.

Finanzanlagen und Barguthaben

Die Organisation hält **keine Finanzanlagen im engeren Sinne**, d. h. es bestehen weder Beteiligungen noch Fonds-, Wertpapier- oder Depotanlagen. Die vorhandenen Mittel dienen ausschließlich der Finanzierung laufender Projektaktivitäten, der Zwischenfinanzierung von Fördermaßnahmen und der kurzfristigen Liquiditätssicherung.

Die Geldanlage erfolgt bei einer **ethisch orientierten Bank (GLS Bank Mitgliedsanteile)**. Ziel ist ein **verantwortungsvoller und gemeinwohlorientierter Umgang mit Kapital**, der auf Transparenz, Sicherheit und sozial-ökologische Wirkung ausgerichtet ist. Spekulative Kapitalveranlagungen oder renditeorientierte Finanzprodukte kommen ausdrücklich nicht zum Einsatz.

C Mitarbeitende und Arbeitspartner*innen

Durchschnittlicher Arbeitsweg der Mitarbeitenden

Mitarbeitende arbeiten hauptsächlich oder in manchen Fällen auch exklusiv aus dem Home Office (HO). In Hamburg und z.T. auch Stuttgart kommen Mitarbeitende ein Mal die Woche in einem Co-Working Space zusammen. Zzgl. ist es Mitarbeiter*innen auch möglich sich vor Ort, falls sie auswärts arbeiten in ein Co-Working space einzubuchen.

Gibt es eine Kantine für die Mehrheit der Mitarbeitenden

In den Co-Working Einrichtungen, die WoodenValley Mitarbeitende nutzen gibt es keine Kantine. Es hat jedoch zumindest eine Küche vor Ort und an manchen Tagen wird diese genutzt um gemeinsam mit anderen Co-Working Nutzer*innen eine geteilte Mahlzeit zuzubereiten. Zudem haben Mitarbeitende in Stuttgart die Möglichkeit an einem Restaurant, dass dem Co-Working Space angeschlossen ist Speisen zu kaufen. Die Speisen sind überwiegend vegetarisch und vegan.

D Kund*innen und Geschäftspartner*innen

Umsatz

2024

Zweckbetrieb: 23.347,- € (davon 23.347,- € Umsatzerlöse)

2023

Zweckbetrieb: 39.533,- € (davon 3.200,- € Umsatzerlöse)

Haben Sie nahezu ausschließlich Unternehmen als Kunden

Die Tätigkeitsnachweise der WoodenValley gGmbH dokumentieren die konkreten Leistungen und Aktivitäten, die wir im Rahmen unserer gemeinnützigen Zwecke gemäß §52 Abs. 2 Nr. 8 AO erbracht haben. Sie dienen als Nachweis für die tatsächliche Umsetzung unserer satzungsgemäßen Ziele – insbesondere in den Bereichen Bildung, Forschung, Nachhaltigkeit und Klimaschutz.

Siehe Anlage WoodenValley Tätigkeitsbericht 2023 und 2024.

3 wichtigsten Branchen, in denen Ihr Unternehmen tätig ist

Die **wesentliche Einnahmequelle** der WoodenValley gGmbH im Jahr 2023 war die **Förderzusage im Rahmen des InvestBW-Programms** für das Forschungsprojekt **GEFION** („Generierung digitaler Emissionszertifikate für klimapositive Holzsystembauten“). Diese Förderung bildete die finanzielle Grundlage für den Aufbau unserer wissenschaftlichen Aktivitäten und die Umsetzung erster Projektbausteine im Bereich Digitalisierung, CO_2-Bilanzierung und klimapositives Bauen. Weitere Einnahmen im Jahr 2023 resultierten in kleinerem Umfang aus Workshops, Beratungen sowie aus projektbezogenen Unterstützungsleistungen.

Im Jahr **2024** kam mit der **Förderung aus dem Programm Innovationsprogramm für Geschäftsmodelle und Pionierlösungen (IGP)** des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz eine weitere bedeutende Einnahmequelle hinzu. Die Mittel flossen in die Umsetzung und Weiterentwicklung von **w∞d.ii**, unserem mobilen Reallabor für Kreislaufdenken und Bildung für nachhaltige Entwicklung.

Ergänzend dazu erzielten wir Einnahmen aus **Workshops, Beratungsleistungen, Vorträgen** sowie durch **unsere Crowdfunding-Kampagne** für w∞d.ii.

E Globale Gemeinschaft, Natur und Lebewesen

Anhang 2: Liste der Anlagen und Referenzen

Bezug	Name	Typ	Kommentar
Angaben zu Beginn | Das Unternehmen und das Gemeinwohl	wood.ii_GWÖ_Canvas_IGP.pdf	Anlage	
Angaben zu Beginn | Das Unternehmen und das Gemeinwohl	wood.ii_GWÖ_Canvas_Stuttagrt_wsR7pj8.png	Anlage	
Aspekt C1.1 | Menschenwürde am Arbeitsplatz	C1.1_I-_Auslastung.png	Anlage	
Aspekt C1.1 | Menschenwürde am Arbeitsplatz	C1.1_III_-_OKR_Prozess.png	Anlage	
Aspekt C1.1 | Menschenwürde am Arbeitsplatz	C1.1_II_Erreichbarkeit.png	Anlage	
Aspekt C1.1 | Menschenwürde am Arbeitsplatz	C1.1_IV_OKR_Ablauf.png	Anlage	
Aspekt C1.1 | Menschenwürde am Arbeitsplatz	C1.1_VIII_Arbeits-_und_Gesundheitsschutz.png	Anlage	
Aspekt C1.1 | Menschenwürde am Arbeitsplatz	C1.1_VII_Onboarding_Prozess.png	Anlage	
Aspekt C1.1 | Menschenwürde am Arbeitsplatz	C1.1_VI_Wertedefinition.png	Anlage	
Aspekt C1.1 | Menschenwürde am Arbeitsplatz	C1.1_V_Rollendefinition.png	Anlage	
Aspekt C2.1 | Ausgestaltung der Arbeitsverträge	C2.1_II__Ermittlung_Durchschnittsgehalt.png	Anlage	
Aspekt C2.1 | Ausgestaltung der Arbeitsverträge	C2.1_I_-_Canvas_Template.png	Anlage	
Aspekt D1.1 | Ethische Kund*innenbeziehung	wood.ii_GWÖ_Canvas_Hamburg.pdf	Anlage	
Aspekt D1.1 | Ethische Kund*innenbeziehung	wood.ii_GWÖ_Canvas_Stuttagrt.png	Anlage	
Aspekt E3.1 | Reduktion ökologischer Auswirkungen	WoodenValley_wood.ii_-_Gebauderessourcenpass.pdf	Anlage	
Berührungsgruppe D | Kund*innen und Geschäftspartner*innen	WoodenValley_Tatigkeitsbericht_2023.pdf	Anlage	
Berührungsgruppe D | Kund*innen und Geschäftspartner*innen	WoodenValley_Tatigkeitsbericht_2024.pdf	Anlage	

Unternehmenslogo WV_Logo_Original_211221_50.png

GWÖ-Mitgliedschaft GWO_Mitgliedschaft_2024.pdf

WoodenValley gGmbH
Quellenstraße 7a
70376 Stuttgart

Verantwortliche Person: Robert Böker

Kompaktbilanz nach Gemeinwohl-Matrix 5.0.1
Berichtszeitraum: 01.01.2023 bis 31.12.2024

Erstellungsdatum: 08.11.2025

Dieser Bericht wurde in goodbalancer erstellt
www.goodbalancer.org