



Ökologisch  
Regional  
Sozial

ÖRS Audit für das Unternehmen  
PlanetPaket GmbH

# Intention

Die Intention des Ökologie-Regional-Sozial-Audits (ÖRS-Audit) ist es, auf eine neue, nachhaltige und faire Form des Wirtschaftens aufmerksam zu machen. Das Audit zielt darauf ab, für die Bereiche Ökologie, Soziales, Regionales und Zukunftsfähigkeit zu sensibilisieren und diese in kleinen und mittelgroßen Unternehmen zu etablieren. Vor dem Hintergrund einer auf eine konsum- und machtorientierte Wirtschaftswelt wollen wir zum Wohle von Mensch und Umwelt zum Umdenken motivieren. Das ÖRS-Audit macht Vorgänge innerhalb des Unternehmens transparent und zeigt die Qualitäten der Verbindungen zu Lieferanten, Kunden, Mitarbeiter und Partnern auf. Es ist somit ein Ecosystem-Check, welcher die Wirkungstransparenz und die Verantwortung mittelständischer Unternehmen fördert und ein Entwicklungsweg hin zu einem zukunftsfähigem Unternehmen mit ökologischer, regionaler, sozialer und gesellschaftlicher Verantwortung.

## Die Kriterien des Audits

- ⇒ Ökologische Verantwortung
- ⇒ Regionale Verbundenheit
- ⇒ Soziale Verantwortung
- ⇒ Kultur & Gestaltung
- ⇒ Ethisches Finanzmanagement



# Das Unternehmen



<b>Name</b>	PlanetPaket GmbH
<b>Branche</b>	Handel
<b>Adresse</b>	Klugstraße 47A, München
<b>Produkte/Dienstleistungen</b>	Herstellung und Vertrieb von Geschenkpapier und ökologischen Produkten
<b>Mitarbeiterzahl</b>	1
<b>Standorte</b>	Seefeld

# Inhaltsverzeichnis

<b>Kapitel 1</b>	Intention.....	<b>2</b>
<b>Kapitel 2</b>	Das Unternehmen.....	<b>3</b>
	2.1 Geschäftsmodell.....	5
	2.2 Standorte.....	6
	2.3 Kernprozesse .....	7
<b>Kapitel 3</b>	Modalitäten des Audits .....	<b>8</b>
	3.1 Audit-Team.....	8
	3.2 Ziel des Audits.....	8
	3.3 Version und Redaktionsschluss .....	8
	3.4 Bereiche und Kriterien des Audits.....	9
<b>Kapitel 4</b>	Geschäftsmodell & Geschäftsführung .....	<b>10</b>
	4.1 Das Geschäftsmodell.....	10
	4.2 Die Geschäftsführung.....	12
<b>Kapitel 5</b>	Operativer Geschäftsbetrieb .....	<b>14</b>
	5.1 Vorgehen bei der Analyse.....	14
	5.2 Ökologische Verantwortung.....	14
	5.3 Regionale Verbundenheit.....	15
	5.4 Soziale Verantwortung.....	16
	5.5 Kultur & Gestaltung.....	17
	5.6 Ethisches Finanzmanagement.....	18
	5.7 Gesamtwertung operativer Geschäftsbetrieb .....	19
<b>Kapitel 6</b>	Lieferanten- und Dienstleisteraudit .....	<b>20</b>
	6.1 Vorgehen.....	20
	6.2 Räumliche Verteilung der Lieferanten.....	20
	6.3 Ergebnisübersicht der Lieferanten und Dienstleister.....	21
	6.4 Gesamtergebnis Lieferanten und Dienstleister .....	21
<b>Kapitel 7</b>	Kundenaudit.....	<b>23</b>
	7.1 Vorgehen.....	23
<b>Kapitel 8</b>	Ergebnis und Fazit.....	<b>24</b>
	8.1 Übersicht der Ergebnisse .....	25
	8.2 Fazit und Handlungsempfehlungen.....	26
	8.3 Seed Points .....	29

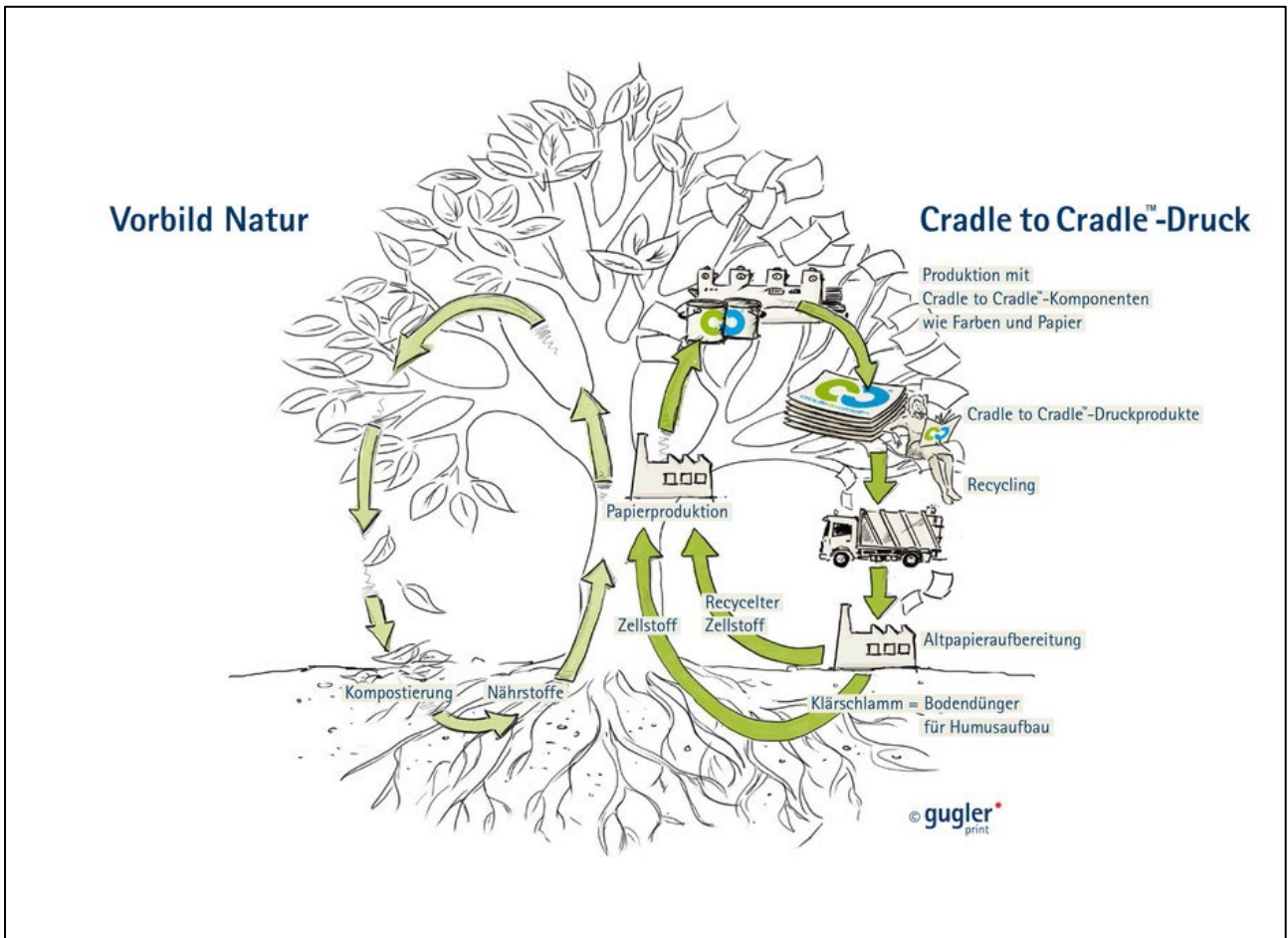
## 2.1 Geschäftsmodell

Der Familienbetrieb PlanetPaket wurde 2016 von Sarah Kessler in München gegründet und im November 2020 von Petra Schwienbacher übernommen. Der Unternehmenssitz ist in München, der Produktions- und Versandort ist Seefeld in Oberbayern.

Das Geschäftsmodell basiert auf dem Angebot von biologisch abbaubarem Geschenkpapier und nachhaltigen Geschenkartikeln. Das Geschenkpapier wird von einer Druckerei in Österreich hergestellt, die weltweit erste Druckerei, die "Cradle to Cradle"-zertifizierte Printprodukte herstellt. Die Zertifizierung erfolgte durch EPEA, einem akkreditierten Innovationspartner im Bereich kreislauffähiger Industrieprodukte. Neue Geschenkartikel werden in Zusammenarbeit mit lokalen Dienstleistern (derzeit z.B. NALI und einer Schreinerei in Seefeld) produziert.

Kunden von PlanetPaket sind Schreibwarenhändler, der Einzelhandel und Privatpersonen, die durch einen Onlineshop Bestellungen aufgeben können.

Durch die ökologische Ausrichtung des Unternehmens bietet PlanetPaket ein einzigartiges Produkt, welches auf das Bedürfnis der Kunden, naturnahe und recycelbare Produkte zu nutzen, ausgerichtet ist.

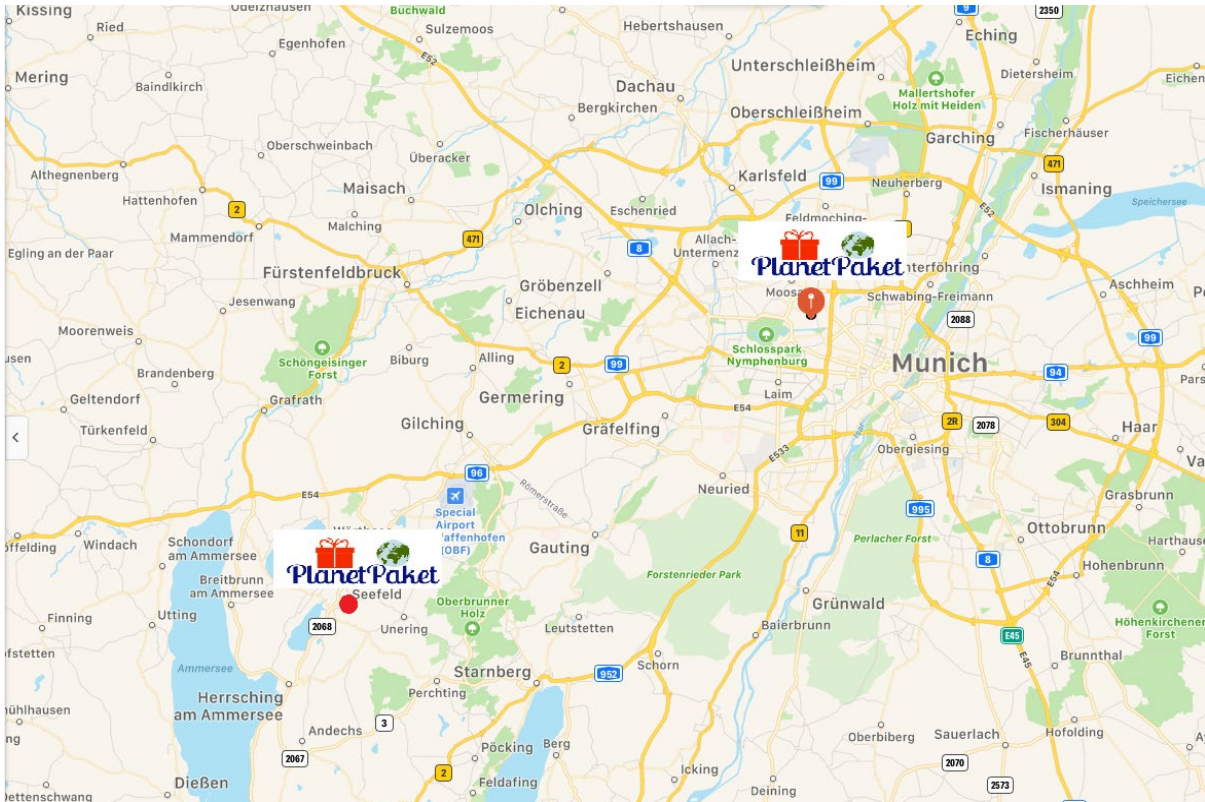


"Cradle to Cradle" Konzept<sup>1</sup>

## 2.2 Standorte

Lager und Versand: Höhenstraße 37, 82229 Seefeld  
 Management: Klugstr. 47a, 80638 München

<sup>1</sup> Von der Wiege zur Wiege (<https://www.planetpaket.de/herstellung/>)



## 2.3 Kernprozesse

- ⇒ **Vertrieb** von "Cradle to Cradle"- zertifiziertem Geschenkpapier und ökologisch-nachhaltigen Geschenkprodukten für den Einzelhandel, für Unternehmen und Privatpersonen im Online-Handel.
- ⇒ **Entwicklung** von ökologisch-nachhaltigen Geschenkprodukten (z.B. Baumpflanzset).

# Modalitäten des Audits

## 3.1 Audit-Team

- ⇒ Mario Langelotz
- ⇒ Mehtap von Stietencron
- ⇒ Christoph Grafinger

## 3.2 Ziel des Audits

Ziel des Audits ist eine umfassende Analyse des Auftraggebers hinsichtlich Ethik und Nachhaltigkeit. Analysiert werden Ökologie, Regionalität, soziale Verantwortung, Kultur und Gestaltung im Unternehmen und in der Gesellschaft sowie die Ethik des Finanzmanagements. Ermittelt wird also, wie sich der Auftraggeber zum übergeordneten Wert „Faires und zukunftsfähiges Wirtschaften“ positioniert und welche Handlungsempfehlungen sich daraus ergeben. Wiederkehrende Audits stellen Entwicklungsstände und Veränderungen in den oben genannten Themen dar.

Ziel ist außerdem die Qualifizierung relevanter Dienstleister und Lieferanten nach den Kriterien Regionalität, Nachhaltigkeit und sozialer Relevanz, um in diesem Bereichen Verbesserungspotentiale zu ermitteln.

## 3.3 Version und Redaktionsschluss

Dieses ÖRS-Audit wird in der Version 3.50 durchgeführt. Alle erhobenen Daten lagen zum 17.12.2020 vor. Alle Berechnungen und textlichen Ausarbeitungen erfolgten bis 02.02.2020.



## 3.4 Bereiche und Kriterien des Audits

Wir haben folgende Bereiche der Firma PlanetPaket auditiert:

Geschäftsmodell	Kapitel 4
Geschäftsführung	Kapitel 4
Operativer Geschäftsbetrieb	Kapitel 5
Lieferanten und Dienstleister	Kapitel 6

Im jeweiligen Bereich wurden folgende Kriterien analysiert:

### Ökologie

- Ökologischer Impact
- Offenheit in Bezug auf Nachhaltigkeit
- Umsetzung ökologischer Ziele im Unternehmen
- Ökologische Ausrichtung der Kunden und Lieferanten
- CO<sub>2</sub>-Bilanz

### Regionale Verankerung

- Impact auf regionale Strukturen (Gemeinde – Kreis – Bundesland – Deutschland - EU)
- Initiative, sich in regionalen Strukturen zu integrieren
- Regionale Verankerung des Unternehmens
- Regionale Verankerung und Wirksamkeit der Kunden und Lieferanten

### Sozial

- Impact auf soziale Strukturen
- Transparenz in der Führung, Befähigung der Mitarbeiter und Mitentscheidungskultur
- Verantwortungsvolles Handeln im Unternehmen und im Umfeld
- Soziales verantwortungsvolles Handeln der Kunden und Lieferanten

### Kultur und Gestaltung

- Beitrag zum Gemeinwesen und zur globalen Gestaltung
- Führungs- und Beziehungskultur
- Arbeitskultur und Entwicklung der Mitarbeiter
- Ethik des Geschäftsmodells und Gestaltungsanliegen bei Kunden und Lieferanten

### Ethisches Finanzmanagement

- Verankerung des ethischen Finanzmanagements im Geschäftsmodell
- Steuerung des ethischen Finanzmanagements
- Abwicklung aktueller Bankgeschäfte
- Umsetzung des ethischen Finanzmanagements

# Geschäftsmodell & Geschäftsführung

## 4.1 Das Geschäftsmodell

In der Analyse des Geschäftsmodells geht es vor allem darum, die Zukunftsorientierung und die Nützlichkeit des Geschäftsmodells für Gesellschaft und Natur zu ermitteln.

Die Beurteilung der Nützlichkeit des Geschäftsmodells erfolgte über eine Befragung und Untersuchung durch einen ÖRS-Analysten. Die Analyse-Kriterien folgen den Nachhaltigkeitszielen der Agenda 2030 der Vereinten Nationen<sup>2</sup>, sowie dem Nachhaltigkeitskodex Deutschland<sup>3</sup>. Weiterhin dient die DIN 26000 (Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung von Organisationen)<sup>4</sup> als Grundlage für die Befragung zu Geschäftsmodell und Geschäftsführung.

### 4.1.1 Befragungs- und Analyseergebnisse

Ökologischer Impact	Impact auf regionale Strukturen	Impact auf soziale Strukturen	Beitrag zum Gemeinwesen und zur globalen Gestaltung	Verankerung des ethischen Finanzmanagements im Geschäftsmodell
<b>4,7</b>	<b>5,0</b>	<b>3,8</b>	<b>2,8</b>	<b>4,6</b>
Selbsteinschätzung: 4,8	Selbsteinschätzung: 5,0	Selbsteinschätzung: 3,9	Selbsteinschätzung: 2,8	Selbsteinschätzung: 4,6
Bewertung ÖRS-Analyst: 4,5	Bewertung ÖRS-Analyst: 5,0	Bewertung ÖRS-Analyst: 3,7	Bewertung ÖRS-Analyst: 2,8	Bewertung ÖRS-Analyst: 4,6

*Geschäftsmodell – Gesamtwertung*

### 4.1.2 Gesamtwertung Geschäftsmodell

Das neue Geschäftsmodell von PlanetPaket ist nach der Firmenübernahme durch die neue Geschäftsführung noch nicht vollständig ausgearbeitet. Die grundsätzlichen Ideen und die Richtung des Geschäftsmodells basieren auf einem sozial und ökologisch nachhaltigen Konzept.

In den Gesprächen mit der Geschäftsführung war herauszuhören, dass der wichtigste Aspekt neben dem Vertrieb die Verträglichkeit der Produkte für die Umwelt ist. Die derzeitigen Produktangebote sind komplett auf ökologische Nachhaltigkeit ausgerichtet und so sollen auch zukünftige Produkte dieser Leitvision folgen. Die Festsetzung von konkreten Nachhaltigkeitszielen wird dabei helfen, diese Vision im Geschäftsmodell gründlicher zu verankern und das Controlling zu operationalisieren. Der ÖRS-Analyst sieht aus diesen Gründen eine geringere Bewertung in der Kategorie Ökologie.

<sup>2</sup> SDGs <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/nachhaltigkeitspolitik/die-deutsche-nachhaltigkeitsstrategie-318846>

<sup>3</sup> Nachhaltigkeitskodex DE <https://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/de-DE/Home/DNK/DNK-Overview>

<sup>4</sup> Broschüre ISO 26000: <https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store/en/PUB100258.pdf>

Der regionale Bezug ist fest im Geschäftsmodell verankert und auch der Geschäftsführung ein wichtiges Anliegen. Lieferanten und Dienstleister, sowie Produktion und Materialien, sind zu einem großen Teil von Anbietern aus der Region.

Wenn es um die soziale Ausrichtung des Geschäftsmodells geht, ist das Unternehmen bereits auf einem guten Weg. Ein Teil der Einnahmen wird an soziale Projekte gespendet. Von der Seite der Geschäftsführung wird soziales Engagement gelebt. Kooperationen mit einer lokalen Werkstatt für behinderte Menschen, Verantwortung im Schulförderverein sowie Unterstützung in der lokalen Behindertenschule verdeutlichen das große Engagement der Geschäftsführung. Hier ist sichtbar geworden, dass die sozialen Bedingungen noch nicht in der gesamten Wertschöpfungskette systematisch analysiert werden. Dadurch ergibt sich eine etwas niedrigere Bewertung durch den ÖRS-Analysten.

Mit 2,8 Punkten bietet das Kriterium „Beitrag zum Gemeinwesen und zur globalen Gestaltung“ das höchste Gestaltungspotenzial. Ein klares Leitbild für die Rolle von PlanetPaket im Kontext von lokaler und globaler Gestaltung und die Werte des Unternehmens sind noch nicht definiert. Die soziale und umweltfokussierte Ausrichtung des Geschäftsmodells bietet hier jedoch einen idealen Ausgangspunkt, um globale Werte zu verdeutlichen.

Ethisches Finanzmanagement ist bereits Bestandteil des Geschäftsmodells. Eine Fortsetzung dieser Ausrichtung ist vorgesehen und wird zusätzlich durch den Einbezug von SYMservices (z.B. weitere Finanzierung durch Crowd-Investing) unterstützt.

Alles in allem ist das Unternehmen sehr auf ökologische, regionale und soziale Grundsätze ausgerichtet, was sich in den jeweilig sehr positiv bewerteten Kategorien äußert.

## 4.2 Die Geschäftsführung

Die Auseinandersetzung mit der Unternehmenssteuerung dient dazu, die transparente und wirkungsbewusste Führung des Unternehmens zu ermitteln. Diese Analyse erfolgte durch eine Selbstauskunft der geschäftsführenden Personen und eine Untersuchung durch einen ÖRS-Analysten.

### 4.2.1 Befragungen- und Analyseergebnisse

Unternehmenssteuerung in Bezug auf ökologische Nachhaltigkeit	Initiative, sich in regionale Strukturen zu integrieren	Transparenz und Augenhöhe in der Führung	Führungs- und Beziehungskultur	Steuerung des ethischen Finanzmanagements
<b>4,9</b>	<b>4,4</b>	<b>5,0</b>	<b>4,6</b>	<b>2,6</b>
Befragung GF: 4,9	Befragung GF: 4,6	Befragung GF: 5,0	Befragung GF: 4,5	Befragung GF: 2,4
Bewertung ÖRS-Team: 4,9	Bewertung ÖRS-Team: 4,2	Bewertung ÖRS-Team: 5,0	Bewertung ÖRS-Team: 4,6	Bewertung ÖRS-Team: 2,8

*Geschäftsführung – Gesamtwertung*

### 4.2.2 Gesamtwertung Geschäftsführung

Die Vision des Unternehmens und die angebotenen Produkte spiegeln das ökologische Bewusstsein der Geschäftsführung wider. Das Unternehmen ist auf CO<sub>2</sub>-Neutralität ausgerichtet und die Geschäftsführung setzt Umweltschutz als wichtiges Ziel an. Die Geschäftsführerin gibt an, dass Klima- und Umweltschutz wichtig ist, unter anderem die Nutzung von nachhaltigen Strom- und Wärmeanbietern. Hier gibt es in der Umsetzung noch Potenzial, siehe dazu auch Kapitel 5.

Die Produktion des Geschenkpapiers findet in Österreich statt, weitere Geschenkartikel werden z.B. in der lokalen Schreinerei, händisch hergestellt. Das regionale Potential wird von der Geschäftsführung voll ausgeschöpft und in der aktiven Kooperation unterstützt. Mitgliedschaften in lokalen Verbänden und Präsentationen in der Öffentlichkeit zum Beispiel könnten in Zukunft weiteres Potenzial in der Region schöpfen. Dadurch erfolgte eine etwas niedrigere Bewertung durch den ÖRS-Analysten.

Die Befragung ergab, dass sich die Geschäftsführung, sowohl in ihrer Vision als auch im sozialen Wirken nach innen und außen, selbst als gut einschätzt. Künftig möchte man Veränderungen auch in der internen Steuerung angehen. Die Führungskultur basiert auf einer sehr sozial orientierten Geschäftsführung, die mit Kunden und Lieferanten ein sehr partnerschaftliches Verhältnis pflegt. Entscheidungen und neue Ideen werden transparent gehalten. Mit dem Wachstum des Unternehmens sollen auch zukünftige Mitarbeiter aktiv in die Entscheidungsprozesse involviert werden. Der Führungsstil der neuen Geschäftsführung ist insgesamt geprägt von Transparenz, Offenheit und Kritikfähigkeit.

Die internen Strukturen, wie z.B. der Umgang mit Mitarbeitern, sind noch nicht geregelt, da das Unternehmen noch keine Mitarbeiter hat. Daher beeinflussen diese Mitarbeiter-bezogenen Aspekte die Bewertung nicht.

Durch die Positionierung und Ausrichtung am ethischen Finanzmanagement sind künftig nachhaltige Finanzierungen möglich. In der Selbsteinschätzung wird eine hohe Bereitschaft sichtbar, sich über reine Servicenutzung der SYMservices hinaus in diesem Bereich weiterzuentwickeln.

Mit der hohen Integration von Services der SYM Companies startete mit der Übernahme bereits eine operative und strategische Begleitung im Finanzmanagement. Das dient einer starken Befähigung der Geschäftsführung. Durch die enge Verknüpfung von PlanetPaket und der SYM GmbH, unter anderem in der Steuerung des Finanzmanagements ergeben sich erste nachhaltige Finanzierungsmöglichkeiten für den weiteren Ausbau. Die Bewertung durch den ÖRS-Analysten fiel deshalb etwas höher aus als die Selbsteinschätzung.

In allen Kriterien dieses Bereichs zeigt die Geschäftsführung von Planet Paket gestalterische Initiative und handelt sowohl verantwortungsbewusst als auch transparent. Damit erzielt die Unternehmerische Steuerung ein sehr gutes Ergebnis.

# Operativer Geschäftsbetrieb

## 5.1 Vorgehen bei der Analyse

Die Analyse des operativen Geschäftsbetriebs zeigt, wie das Unternehmen seine Vision in operativen Tätigkeiten umsetzt und wie dieses Handeln sich gegenüber den Mitarbeitern, seinen Kunden und Lieferantenauswirkt. Die einzelnen Kriterien des Audits werden jeweils in einer SWOT-Analyse dargestellt. Dies ermöglicht zum einen, den aktuellen Stand darzustellen und zum anderen, Chancen als Verbesserungspotenzial auszuarbeiten und in Handlungsempfehlungen zu übersetzen.

## 5.2 Ökologische Verantwortung

Ökologische Verantwortung zu leben bedeutet Transparenz zu haben, sein Verhalten zu positionieren, seinen Fußabdruck zu verringern und Vorbild für andere zu sein.

Stärken	Chancen
<ul style="list-style-type: none"><li>⇒ In der Produktion werden ausschließlich recycelbare Materialien verwendet -&gt; "Cradle to Cradle"-Verfahren</li><li>⇒ Neue Produktideen (Baumpflanzset) basieren auf dem Grundsatz ökologisch sinnvoller Herstellung und dem Recycling</li><li>⇒ Zustelldienste werden auf ökologische Nachhaltigkeit geprüft (z.B. "GoGreen" DHL)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>⇒ Der gewählte Stromanbieter bietet ökologische Alternativen an. In der Region sind alternative Ökostromanbieter vorhanden</li><li>⇒ Ökologischere Wärmelieferanten sind in der Region vorhanden</li><li>⇒ Elektronische Geräte werden stets für langfristige Anwendung angeschafft</li><li>⇒ Deutschlandweit nachhaltigster Geschenkpapierlieferant zu werden</li></ul>
Schwächen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"><li>⇒ Strom- und Wärmeanbieter sind noch nicht auf umweltverträgliche Energieanbieter ausgerichtet</li><li>⇒ Bei der Anschaffung neuer elektronischer Geräte wird noch nicht aktiv auf Energieeffizienz und Nachhaltigkeit geachtet</li><li>⇒ Bisher keine konkreten Ziele oder Indikatoren für ökologische Nachhaltigkeit definiert</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>⇒ Vernachlässigung der Eigenverantwortung im operativen Geschäftsbetrieb durch ein Selbstverständnis, dass die sehr ökologischen Produkte ausreichend sind</li></ul>

## 5.3 Regionale Verbundenheit

Regionale Strukturen sind i.d.R. belastbarer als globale und durch die kürzeren Transportwege umweltfreundlicher. Durch die Zugänglichkeit fördern sie Transparenz und Vertrauen.

Stärken	Chancen
<ul style="list-style-type: none"><li>⇒ Starke Vernetzung in der Region &lt;10 km, d.h. Einkäufe für Verbrauchs- und Büromaterialien werden lokal getätigt</li><li>⇒ Lieferketten sind zu 80% in 50km Umkreis</li><li>⇒ Ausschließlich Dienstleister aus der Region</li><li>⇒ Die Zusammenarbeit in der Region beruht auf dem SYMbioseprinzip und Mehrwertstiftung in der Gemeinschaft</li><li>⇒ Sozial &amp; Kulturveranstaltungen werden vom Unternehmen geplant und durchgeführt (z.B. die Mitorganisation vom Straßenfest "Wir gestalten gern")</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>⇒ Materialien und Lieferanten für neue Produkte können im direkten Umkreis bezogen werden</li><li>⇒ Regionale Vernetzung durch die Verbindung zu SYM Companies</li><li>⇒ Durch die Pandemie gesteigerter „Buy local“ Trend in der Gesellschaft</li><li>⇒ Überschaubare Strukturen am Standort erleichtert die Vernetzung mit potenziellen Dienstleistern</li></ul>
Schwächen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"><li>⇒ Das "Cradle to Cradle"-Verfahren für Geschenkpapier wird derzeit nur in Österreich angeboten, was weitere Lieferwege mit sich bringt, sich jedoch im Rahmen hält</li></ul>	

## 5.4 Soziale Verantwortung

Soziale Verantwortung spielt in der internen Unternehmenskultur eine große Rolle und spiegelt sich auch im Handeln wider.

Stärken	Chancen
<ul style="list-style-type: none"><li>⇒ Selbstverständnis der Geschäftsführung, sozial (verträglich) zu handeln und Produktionsgemeinschaften aufzubauen</li><li>⇒ Datensicherheit der Kunden und Geschäftspartner ist ein wichtiger Faktor. Dies ist gerade für den Onlinevertrieb von großer Bedeutung</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>⇒ Derzeitig überschaubarer Lieferantenbedarf erleichtert die Ausarbeitung eines Code of Conducts im Bezug auf Lieferanten- und Geschäftspartnerwahl</li><li>⇒ Einbindung der SYM Companies, um für den Operativen Geschäftsbetrieb Feedback und Reflektion zu erhalten</li></ul>
Schwächen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"><li>⇒ Code-of-Conduct für Lieferantenkette und Geschäftspartnerwahl noch nicht ausgearbeitet</li><li>⇒ Bisher keine konkreten Ziele oder Indikatoren für soziale Nachhaltigkeit definiert</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>⇒ Durch das Solo-Unternehmen schwierig, das eigene Handeln zu reflektieren</li></ul>



## 5.5 Kultur & Gestaltung

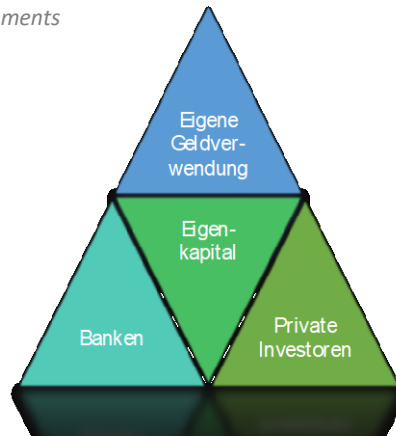
Der Bereich Kultur & Gestaltung umfasst das operative Handeln in der Gesamtsicht. Wie wird die Zusammenarbeit organisiert, wie wird kommuniziert und wie wird das Arbeitsklima gestaltet.

Stärken	Chancen
<ul style="list-style-type: none"><li>⇒ Die soziale Ausrichtung der Geschäftsführung bietet einen guten Nährboden für eine positive Unternehmenskultur. Dies zeigt sich in der Kommunikation nach außen und wird für künftige Mitarbeiter wichtig sein</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>⇒ Die Wertekultur und Systeme der SYM Companies fördern künftiges Wachstum und dienen als Basis des erleichterten Wissens- und Kulturtransfers</li><li>⇒ Für zukunftsorientiertes Wachstum bietet die Grundhaltung der Geschäftsführung viel Potential für eine positive Unternehmenskultur</li><li>⇒ Das derzeitig überschaubare Produktportfolio erleichtert den Aufbau von Qualitäts- und Wissenssystemen, die eine gute Basis für weiteres Wachstum anbietet</li></ul>
Schwächen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"><li>⇒ Die unternehmerischen Erfahrungen beschränken sich derzeit auf Solo-Selbständigkeit und im Catering-Sektor</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>⇒ Selbstverständnis für soziale Ausrichtung kann zu nicht gelebten Werten, bei zukünftigen Mitarbeitern führen</li><li>⇒ Zu schnelles Wachstum kann zu einem unstrukturierten Aufbau von Systemen und Prozessen führen</li></ul>

## 5.6 Ethisches Finanzmanagement

Unternehmen können den Wandel der Finanzmärkte in Richtung Gemeinwohlorientierung mitgestalten, indem sie auf nachhaltige und ökologisch ausgerichtete Banken und Finanzdienstleister fokussieren. Das gilt auch für private Kapitalgeber, die sich mit Darlehen, stillen Gesellschaften oder Gesellschaftsanteilen beteiligen. Gleichwohl ist das eigene Umgehen mit erwirtschaftetem Geld ebenso Gestaltungsmittel und zählt zum ethischen Finanzmanagement. Siehe auch Punkt 1.4 *Finanzdienstleister und Versicherer* in der Anlage.

Die Bestandteile des ethischen Finanzmanagements



Stärken	Chancen
<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Geldmanagement und Finanzierung wird durch lokale, kleine Banken abgewickelt</li> <li>⇒ Ein Teil des Umsatzes wird an soziale Projekte gespendet</li> <li>⇒ Die ethisch-orientierte Eigentümerin gibt dem Unternehmen den Raum, sich nachhaltig zu entfalten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Mit steigendem Umsatz kann Geld für die Entwicklung weiterer Produkte verwendet werden und der Nachhaltigkeitsgedanke fortgeführt werden</li> <li>⇒ Die Geschäftsführung ist offen, sich künftig mehr mit ethischen Kriterien im Finanzmanagement auseinanderzusetzen</li> <li>⇒ Einbindung in SYM Companies eröffnet ethisch und regionale Finanzierungsmöglichkeiten</li> </ul>
Schwächen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Ethisches Finanzmanagement ist noch nicht ganz im Unternehmensleitbild verankert</li> <li>⇒ Spenden an soziale Einrichtungen sind noch nicht operationalisiert</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Zukünftige Finanzierung soll ethisch bleiben und kann bei weiterem Wachstum vergessen werden</li> </ul>

## 5.7 Gesamtwertung operativer Geschäftsbetrieb

Umsetzung ökologischer Ziele im Unternehmen	Regionale Verankerung des Unternehmens	Verantwortungsvolles Handeln im Unternehmen und im Umfeld	Arbeitskultur und Entwicklung der Mitarbeiter	Abwicklung der Bankgeschäfte und Mehrwertstiftung
<b>2,5</b>	<b>4,9</b>	<b>3,8</b>	<b>5,0</b>	<b>4,6</b>
Befragung GF: 2,4	Befragung GF: 4,9	Befragung GF: 3,8	Befragung GF: 5,0	Befragung GF: 4,8
Bewertung ORS-Team: 2,5	Bewertung ORS-Team: 4,9	Bewertung ORS-Team: 3,8	Bewertung ORS-Team: 5,0	Bewertung ORS-Team: 4,6

Operativer Geschäftsbetrieb – Gesamtwertung

Die Umsetzung von ökologischen Zielen im operativen Geschäftsbetrieb zeigt noch Potential zur Verbesserung. Vor allem in der Auswahl von Strom- und Wärmeanbietern sowie Alltagsmaterialien, wie Putz- und Waschmittel.

Das Unternehmen ist stark in regionale Strukturen eingebettet. Regionale Kunden, ein überproportionaler Teil der Lieferanten, sowie Dienstleister befinden sich im unmittelbaren Umkreis des Unternehmens. Auch regionale Vereine und Initiativen werden aktiv von PlanetPaket unterstützt.

Da das Unternehmen momentan keine Mitarbeiter hat, werden die personal- und organisationsstrukturbezogenen Kriterien in der Analyse nicht betrachtet und fließen somit nicht in die Bewertung mit ein. Eine Erarbeitung von konkreten Handlungs- und Verhaltensweisen durch einen "Code of Conduct" wäre anzuraten. Qualitätskontrollmaßnahmen sollten mit zukünftigem Wachstum und der Einstellung von Mitarbeitern systematisiert werden. Für eine Soloselbstständige Unternehmerin schätzen wir die Bemühungen um eine ausgezeichnete Qualität als sehr hoch ein.

Bei der Abwicklung von Bankgeschäften und Finanzierungen wird in der Umsetzung bereits auf ethische Kriterien bei der Bankauswahl und Geldgebern geachtet. Ein Teil der Einnahmen wird an soziale Projekte gespendet, jedoch ist noch nicht klar, wie diese Projekte ausgewählt werden. Dadurch ergibt sich eine etwas niedrigere Bewertung durch den ÖRS-Analysten.

# Lieferanten- und Dienstleisteraudit

## 6.1 Vorgehen

Die Lieferanten-Befragung folgte November 2020 durch einen Online-Fragebogen, der per E-Mail an vier Lieferanten geschickt wurde. Der Fragebogen beinhaltet Fragen über die eigene Einschätzung bezüglich der Themen Transparenz und Offenheit in der Unternehmensführung und Ausrichtung des Geschäftsmodells auf Ökologie, Unternehmenskultur, soziale Verantwortung, soziales Engagement und Regionalität. Es wurde auch das Feedback gegenüber dem Auftragnehmer angefragt, welches die Zufriedenheit in der Zusammenarbeit widerspiegelt.

## 6.2 Räumliche Verteilung der Lieferanten

Wir haben die räumliche Verteilung aller Lieferanten für die Produktion analysiert und mit der Verteilung der vier Lieferanten mit dem höchstem Einkaufsvolumen verglichen.

Die erste Grafik bildet ab, wie viele Lieferanten im entsprechenden Kilometer-Radius in der Welt verteilt sind.



*Lieferantenzonen der Lieferanten für das Kerngeschäft*

Die Lieferanten kommen zu 80% aus dem direkten Umfeld in einem 50 km Radius, lediglich einer der Lieferanten ist im EU-Ausland (Österreich) zu finden.

## 6.3 Ergebnisübersicht der Lieferanten und Dienstleister

Im ÖRS-Audit der PlanetPaket GmbH wurden 4 der umsatzstärksten und wichtigsten Lieferanten für das Kerngeschäft online befragt und samt weiterer Dienstleister per Webrecherche analysiert (Siehe Anlage 1: Analyseergebnisse Lieferanten & Dienstleister). Einen Rücklauf der Befragung erhielten wir von 2 Unternehmen.

### Einzelaufstellung der Online-Befragungsergebnisse

	Ökologie	Regionalität	Sozial	Kultur & Gestaltung	Finanzmanagement
SYM GmbH	3,6	5	3,9	4,4	5
Nali Frieding	4,3	5	/	5	5

### Empfehlung aus der Lieferanten-/Dienstleisteranalyse

Lieferanten für die Produktion		
Gugler print	Hersteller von Geschenkpapier	ok
Schreinerei Starnberg	Hersteller von Geschenkwürfeln	
Nali Frieding	Lieferant von Erde und Baumsamen	
Schwiebacher Gruppe	Lieferant von Flyern und Werbeprodukten	
Schreibwaren Köglmayr	Lieferant für Verpackungen	
Lieferanten für Office Management, Energieversorger und Finanzdienstleister		
Edeka	Lieferanten für Reinigungsmaterialien	Verbessern / Nachfragen
Schreibwaren Köglmayr	Lieferanten für Büromaterialien	
Edeka	Lieferanten für Konsumgüter für die Küche	ok
Telekom	Telekommunikationsanbieter	
DHL	Paketdienst	
Heizöl Gutjahr	Energieversorger -Wärme	Kritisch hinterfragen
eon	Energieversorger -Strom	
Sparkasse Seefeld	Finanzdienstleister	ok

#### Farbkodierung

	Kritisch hinterfragen
	Verbessern / Nachfragen
	ok

## 6.4 Gesamtergebnis Lieferanten und Dienstleister

Das folgende Ergebnis errechnet sich aus den auswertbaren Rückläufen der Online-Befragung.

Ökologische Ausrichtung	Regionale Verankerung und Wirksamkeit	Verantwortungsvolles Handeln im Unternehmen und im Umfeld	Ethik des Geschäftsmodells und Gestaltungsanliegen	Verankerung und Umsetzung des ethischen Finanzmanagements
3,9	5,0	3,9	4,7	4,4

## 6.4.1 Fazit Lieferanten und Dienstleister

Von den 4 Teilnehmern haben 2 die Befragung beantwortet. Die beiden Umsatzstärksten Unternehmen haben leider nicht an den Lieferantenumfragen teilgenommen. Mit einer Antwortquote von 50% wird die Auswertung nur mit einer geringen Wichtung in das Gesamtergebnis miteinbezogen.

Die ausgewerteten Dienstleister und Lieferanten hatten eine sehr positive Gesamtwertung von 4,4. Die regionale Verbundenheit, ein ethisch ausgerichtetes Geschäftsmodell sowie die Anwendung von ethischen Finanzservices waren sehr ausgeprägt. Dies zeigt sich durch Kooperation mit vorrangig lokalen Unternehmen. Auch die Umgangsweisen innerhalb der befragten Unternehmen, sowie deren Orientierung an positiven ethischen Standards, lässt auf wertorientierte Unternehmen schließen. Die Themen Ökologische Ausrichtung, sowie Verantwortungsvolles Handeln innerhalb und außerhalb des Unternehmens sind wichtige Faktoren für die ausgewerteten Unternehmen. Darunter fallen eine positive Ökobilanz, Energieeffizienz sowie umweltfreundliche Reisetätigkeiten. Zusätzlich wirken eine partizipatorische Firmenkultur und Mitarbeiterbetreuung positiv auf das Befragungsergebnis aus.

Die erweiterte Liste von Lieferanten und Dienstleistern sieht bereits einige positive Einschätzungen des ÖRS-Analysten, nach der Online-Recherche der angegebenen Unternehmen. Wie bereits in der Befragung des operativen Geschäftsbetriebs festgestellt wurde, sind die Strom- und Wärmeanbieter kritisch zu hinterfragen.

# Kundenaudit

## 7.1 Vorgehen

Die aktuelle Kunden Betrachtung orientiert sich an der übergebenen Kundenliste der ehemaligen Geschäftsführerin. Hier sind überwiegend Privatkunden verzeichnet, die ein Interesse haben, nachhaltiges beziehungsweise recycelbares Geschenkpapier für sich und ihre Familie zu erwerben. Aufgrund der, mit diesem Kunden, abgeschlossenen Datenschutzvereinbarung konnten wir diese im Rahmen des Audits nicht befragen. Deshalb werden keine Bewertungen aus dem Bereich „Kunden“ in der Ergebnisdarstellung aufgeführt.

Abschätzend kann zumindest festgestellt werden, dass die Kunden einen gewissen ökologischen Anspruch hegen. Die ökologisch ausgerichteten Produkte, natürlich vorwiegend das Geschenkpapier, ziehen auch ausschließlich ökologisch denkende Menschen an, zumal der Preis um einiges höher liegt als der des im Discounter oder Fachgeschäft gekauften Geschenkpapiers.

# Ergebnis und Fazit



Wir freuen uns, der PlanetPaket GmbH das bestandene ÖRS-Audit zu übergeben und erhoffen uns, dass dieses nachhaltige Gedankengut weiterverfolgt und geteilt wird.



Das ÖRS-Audit Siegel gibt es in einer „GEPRÜFT“ und „ZERTIFIZIERT“ Variante. Mit der ersten vollständigen Prüfung erhält der Auftraggeber das „GEPRÜFT“ Siegel. Das „ZERTIFIZIERT“ Siegel gibt es nach einem zweiten Audit, wenn alle der folgenden Kriterien über 3,5 gewertet werden.

Ökologische Verantwortung  
Regionale Verbundenheit  
Soziale Verantwortung  
Kultur & Gestaltung  
Finanzmanagement



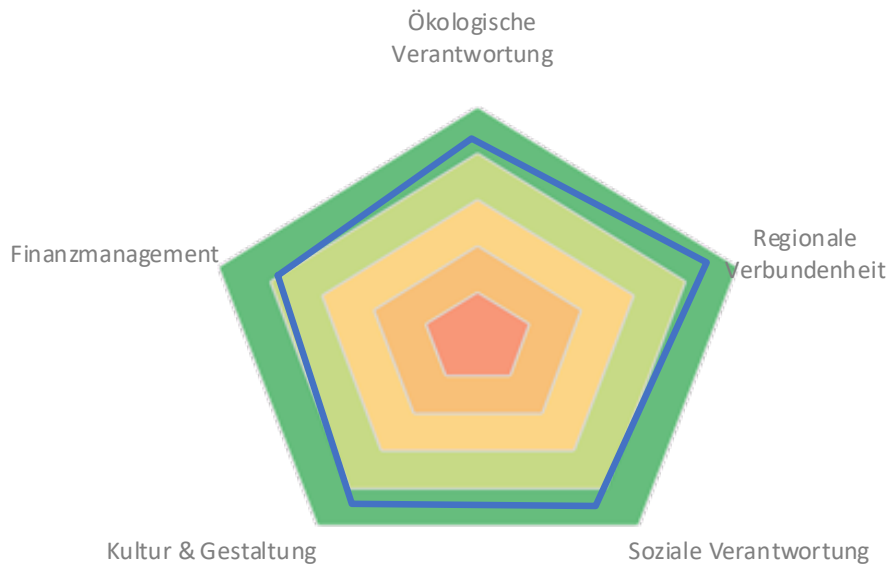
# 8.1 Übersicht der Ergebnisse

## 8.1.1 Wertungen aus Reflektionen und Analysen

Kriterien Bereiche	Ökologische Verantwortung	Regionale Verbundenheit	Soziale Verantwortung	Kultur & Gestaltung	Finanzmanagement
Geschäftsmodell	Ökologischer Impact <b>4,7</b>	Impact auf regionale Strukturen <b>5,0</b>	Impact auf soziale Strukturen <b>3,7</b>	Beitrag zum Gemeinwesen und zur globalen Gestaltung <b>2,8</b>	Verankerung des ethischen Finanzmanagements im Geschäftsmodell <b>4,6</b>
Unternehmensführung	Unternehmenssteuerung in Bezug auf ökologische Nachhaltigkeit <b>4,9</b>	Initiative, sich in regionale Strukturen zu integrieren <b>4,4</b>	Transparenz und Augenhöhe in der Führung <b>5,0</b>	Führungs- und Beziehungskultur <b>4,6</b>	Steuerung des ethischen Finanzmanagements <b>2,6</b>
Operativer Geschäftsbetrieb	Umsetzung ökologischer Ziele im Unternehmen <b>2,5</b>	Regionale Verankerung des Unternehmens <b>4,8</b>	Verantwortungsvolles Handeln im Unternehmen und im Umfeld <b>3,8</b>	Arbeitskultur und Entwicklung der Mitarbeiter <b>5,0</b>	Abwicklung der Bankgeschäfte und Mehrwertstiftung <b>4,6</b>
Lieferanten und DL	Ökologische Ausrichtung <b>3,9</b>	Regionale Verankerung und Wirksamkeit <b>5,0</b>	Verantwortungsvolles Handeln im Unternehmen und im Umfeld <b>3,9</b>	Ethik des Geschäftsmodells und Gestaltungsanliegen <b>4,7</b>	Verankerung und Umsetzung des ethischen Finanzmanagements <b>4,4</b>
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>4,2</b>	nach gewichteten Einzelergebnissen			

## 8.1.2 Gegenüberstellung der Kriterien des Audits

### Big Picture und Initiative



## 8.2 Fazit und Handlungsempfehlungen

**ÜBERGREIFEND** empfehlen wir mit der Schärfung bzw. Neuausrichtung des Geschäftsmodells auch die Definition eines zukunftsorientierten Leitbildes.

Eine persönliche Auseinandersetzung der Geschäftsführung mit ethischem Finanzmanagement bringt einerseits mehr Verständnis, aber auch neue Möglichkeiten, sich von ethisch ausgerichteten Finanzinstituten oder -unternehmen unterstützen zu lassen. Durch die Gesellschafter sind Kompetenzen in diesem Feld schon vorhanden.

Die Geschäftsführung kann sich noch besser mit ethischen und ökologisch ausgerichteten Lieferanten und Dienstleistern auseinandersetzen. Das betrifft die Versorgung der Infrastruktur (Strom- und Wärmeanbieter) und die Büroausstattung am Standort Seefeld. Eine Überprüfung der Wertschöpfungskette kann Sicherheit für die Geschäftsführung bringen, dass die Geschäftspartner in keine kontroversen Geschäftsfelder involviert sind.

**ÖKOLOGISCH** ist die PlanetPaket GmbH bereits sehr gut aufgestellt, wenn es um die Vision und angebotene Produkte geht. Diese Qualität könnte auch noch besser auf den operativen Geschäftsbetrieb übertragen werden. Durch ökologische Infrastrukturversorgung (Strom und Wärme) und Nachhaltigkeit im Büro wird dann auch in der Arbeitsrealität ökologische Nachhaltigkeit gelebt.

Im Bereich *ökologische Verantwortung* sind folgende Maßnahmen empfohlen:

- ⇒ Änderung des Stromvertrags oder Anbieters auf Ökostrom Alternativen
- ⇒ Zukünftige Elektrogerätanschaffungen auf Energieeffizienz überprüfen
- ⇒ Für die Lebens- und Reinigungsmittelversorgung auf ökologische Verträglichkeit achten (zB. Öko-Siegel wie Blauer Engel)
- ⇒ Überprüfung der neuen Produkte hinsichtlich ökologischer Herstellung
- ⇒ Ziele für ökologische Nachhaltigkeit festlegen (Reflektion und schriftliche Fixierung)

**REGIONALITÄT** wird bei Planet Paket durch und durch gelebt und in Liefer-, Produktions- und Serviceprozessen umgesetzt. Die lokalen Vernetzungen erfolgen aktuell in der Gemeinde und im näheren Radius. Auch für zukünftige Projekte werden lokale Anbieter und Dienstleister avisiert.

Wir empfehlen, sich mit folgender Frage auseinanderzusetzen:

- ⇒ Macht es Sinn, nach einem "Cradle to Cradle"-Druckunternehmen in der näheren Umgebung zu suchen, um die längeren Lieferwege aus Österreich zu vermeiden? Hier stehen die hohe Qualität und das sehr umweltfreundliche Druckverfahren dem längeren Transportweg gegenüber. Da es von unserer Seite nicht zu einer eindeutigen Empfehlung kommt, möchten wir den Diskurs zwischen PlanetPaket und dem Dienstleister SYM GmbH anregen.
- ⇒ Regionale Marktanalyse für den Aufbau eines „nachhaltig“-sensiblen Geschäftskundenstammes

**SOZIALE VERANTWORTUNG** ist wichtiger Bestandteil von PlanetPaket, besonders die Geschäftsführung sieht, aufgrund des in der Vergangenheit betriebenen Cateringunternehmens und als 4-fache Mutter, das soziale Engagement als Selbstverständlichkeit. Diese bisher gelebte soziale Verantwortung wird derzeit auf das neue Geschäftsmodell übertragen und braucht eine Festigung.

Im Bereich *soziale Verantwortung* sind folgende Maßnahmen empfohlen:

- ⇒ Ausarbeitung eines Code of Conducts für zukünftige Lieferanten- und Geschäftspartnerwahl.  
Die sozialen Umstände (Arbeitsbedingungen, Faire Entlohnung) sollten in der gesamten Wertschöpfungskette berücksichtigt werden.
- ⇒ Fixierung und Auszeichnung am Angebot des Teilspendenbetrags pro Bestellung auf ein/-e Programm/Organisation
- ⇒ Ein Konzept ausarbeiten für eine Gewinnverwertung für Spenden und Unterstützung sozialer Einrichtungen/Organisationen

**KULTUR & GESTALTUNG** im Sinne eines Beitrags zum Gemeinwesen und zur globalen Gestaltung ist die Geschäftsführung von PlanetPaket sehr auf den Nutzen für die Allgemeinheit fokussiert. Ein Perspektivwechsel vom lokalen Umkreis in eine globale Sichtweise braucht noch

ein wenig Arbeit, um die Zusammenhänge und Wirkungen von lokalen Aktionen auf eine ganzheitliche Ebene zu übertragen.

Folgende Maßnahmen werden empfohlen, um die *Gestaltung einer zukunftsfähigen Kultur* im Unternehmen, am Standort und in der Gesellschaft zu fördern:

- ⇒ Prozesse und Arbeitsweisen während der Soloselbstständigkeit professionell aufnehmen, um bei eventuellem Wachstum ein Konzept für eine Unternehmenskultur und Umgangsweisen leichter gestalten zu können
- ⇒ Ein Leitbild, die Werte und den Beitrag für globale Gestaltungsweisen des Unternehmens ausarbeiten. Was trägt das Unternehmen, von einer holistischen Perspektive aus, zum Globalen Ganzen bei?
- ⇒ SYM Companies für Feedback und Reflektion mehr in das operative Geschäft einbinden

**ETHISCHES FINANZMANAGEMENT** ist ein wichtiger Bereich, um die Verantwortung für die Gesellschaft und die Gesamtbevölkerung zu übernehmen. Eine bessere Auseinandersetzung der Geschäftsführung mit dem Thema ethisches Finanzmanagement ist daher empfehlenswert.

Weitere Maßnahmen in diesem Bereich sind folgende:

- ⇒ Eine Auseinandersetzung der Geschäftsführung mit dem Thema ethisches Finanzmanagement und ethischen Finanzierungsmöglichkeiten
- ⇒ Evtl. Wechsel von Stadtparkasse München zur GLS- oder anderer ethischer Bank
- ⇒ Ein Konzept und Kriterien für die Gewinnverwendung definieren (Entwicklung Produkte, Umweltmanagement, soziale Standards, Spenden, usw.)

## 8.3 Seed Points

Seed Points sind im Auditierungsprozess entstandene Initiativen, Projektideen oder Vorhaben, die in den Kontext der Nachhaltigkeit (Langlebigkeit/Zukunftsorientierung) und in die Bereiche Ö-R-S passen. Seed Points können unmittelbare Maßnahmen oder strategische Ziele sein. Sie können demnach kurzfristig wirken oder das Unternehmen langfristig begleiten. Seed Points sind eine konkrete Vereinbarung für die nächsten 12 Monate. Kurzfristig umsetzbare Punkte sollen in dieser Zeit realisiert, langfristige konzeptionell erarbeitet und die Umsetzungsphase begonnen sein.

Bei wiederkehrenden Audits können diese Punkte in ihrem Fortschritt begutachtet und begleitet werden, ebenso wie die Handlungsempfehlungen.



1

**Stromvertrag oder Anbieter auf Ökostrom wechseln**

*Alternativen im derzeitigen Vertrag suchen oder neue Anbieter finden*



2

**Bewusstseinsbildung der Kunden**

*Nachhaltigkeit der Produkte dem Kunden umfassender vermitteln*



3

**Aufbau der Kooperation mit der IWL Behindertenwerkstatt**

*Herstellung der neuen Produkte mit sozialer Ausrichtung*



4

**Aufbau eines Personalpools für Bestell-Stoßzeiten**

*Ein Konzept für werte-orientierte Mitarbeiterakquise ausarbeiten*



5

**Spendenkonzept ausarbeiten**

*Definition des guten Zwecks, der Kriterien und des Betrages*



6

**Nachhaltigkeitskriterien für neue Produktentwicklung festlegen**

*Wann wird ein Produkt in das Portfolio aufgenommen? Gibt es Ausschlusskriterien?*