

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname: Edition Progris

Rechtsform: Einzelunternehmen

Eigentums- und Rechtsform: Gewerbe

Website: www.edition-progris.de

Branche: Buchverlag

Firmensitz: Berlin

Gesamtanzahl der Mitarbeitenden: Inhaberin und ein Minijobber (Stand Mitte 2022)

Vollzeitäquivalente: 1,2

Saison- oder Zeitarbeitende: 0

Umsatz: im Berichtszeitraum 64318 € netto

Jahresüberschuss: im Berichtszeitraum ca. 0 € netto

Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen: Keine verbundenen Unternehmen oder Tochtergesellschaften

Berichtszeitraum: 01.01.2020 – 31.12.2021

Kurzpräsentation des Unternehmens

Bitte stellen Sie Ihr Unternehmen kurz vor, mit allem, was Ihnen wichtig erscheint.

In unserem Sachbuch-Verlag Edition Progris verbinden wir Beständiges mit Entstehendem. Wir entdecken Freigeister aus der Region vom Anfang des letzten Jahrhunderts wieder neu und veröffentlichen auch zeitgenössische Texte regionaler Autoren. Unsere Bücher vermitteln erzählerisch die Geschichte der Städte Berlins und Potsdams sowie der Brandenburger Umgebung. Sie geben einen anekdotischen Einblick in die Lebensweisen der Menschen dieser Region und verbinden eine weltoffene Perspektive mit Heimat.

Produkte / Dienstleistungen

Welche Produkte / Dienstleistungen bietet Ihr Unternehmen an?

Wir verkaufen Bücher und Non-Book-Produkte – in Ausnahmefällen erhalten wir auch Einnahmen aus Nebenleistungen im Rahmen der Erstellung unserer Bücher (Lektorat, Satz, Öffentlichkeitsarbeit). Diese werden nicht gesondert von den Büchern behandelt.

Welchen Anteil nehmen die Produkte / Dienstleistungen am Umsatz?

Anteile im Berichtszeitraum 2020-2021:

Bücher: 97%

Non-Book-Produkte: 2-3%

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Welchen Bezug hat Ihr Unternehmen zur Gemeinwohl-Ökonomie?

Welche Aktivitäten bzw. welches GWÖ-Engagement gab es im letzten Jahr vor der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz?

Teilnahme am Kongress Sinn Macht Gewinn 2021 durch die Inhaberin.

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

Lisa Vanovitch

Heidekampweg 17

12437 Berlin

Deutschland

Tel: +49 30 89567733

E-Mail: lisa@edition-progris.de

Testat



Dieses Zertifikat bestätigt die Gültigkeit des durchlaufenen GWÖ Peerevaluationsprozesses und berechtigt zum Führen des Labels:



| | | | |
|--------------------|---|--------------------------|---|
| Zertifikat: | Peerevaluation | Gemeinwohl-Bilanz | Edition Progris |
| | M5.0 Kompaktbilanz | 2020-2021 | PG-Berlin-2022-01 |
| zert. Begleiter*in | Thomas Uloth Ralph Lubasch | | Beteiligte Peergruppen Firmen Barghorn GmbH & Co. KG Artist MesseService und -Bau GmbH & Co. KG IB Bernsteinzimmer Immobilienverwaltung GmbH |

| Wert | MENSCHENWÜRDE | SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT | ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT | TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG |
|---|--|--|--|--|
| BERÜHRUNGSGRUPPE | | | | |
| A: LIEFERANT*INNEN | A1 Menschenwürde in der Zulieferkette: 60 % | A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette: 20 % | A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette: 60 % | A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette: 50 % |
| B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN | B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 10 % | B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: ./. | B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: ./. | B4 Eigentum und Mitentscheidung: ./. |
| C: MITARBEITENDE | C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 30 % | C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 60 % | C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 30 % | C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 50 % |
| D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN | D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 40 % | D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 90 % | D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 40 % | D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 30 % |
| E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD | E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 40 % | E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 20 % | E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 40 % | E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 40 % |
| | | | Zertifikat gültig bis 31.12.2024 | BILANZSUMME: 488 |

Mit diesem Zertifikat wird die Peerevaluation des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Zertifikat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. ZertifikatID.: x27pm
Nähere Informationen zur Matrix und dem Peersystem finden Sie auf www.ecogood.org

Hamburg, 16.08.2022

Bridget Knapper and Manfred Jotter / Executive Directors
International Federation for the Economy for the Common
Good e.V, VR 24207



A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Berichtsfragen

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

Für das Unternehmen Edition Progris werden folgende Dienstleistungen in Anspruch genommen (es werden die Kriterien für die Auswahl folgend genannt):

- **Druckdienstleistungen:** Edition Progris hat im Berichtszeitraum ausschließlich mit deutschen Druckhäusern zusammengearbeitet. Bei 74 % der Druckdienstleistungen im Berichtszeitraum waren die Druckhäuser vor Ort in Berlin und wurden persönlich besucht. Beim Rest war eine schnelle und preiswerte Umsetzung wichtigeres Kriterium.
- **Coaching, Beratung:** Coaches und Berater:innen werden aus bereits bestehenden Unternehmernetzwerken gewählt oder aufgrund von persönlicher Empfehlung. Die Aspekte der gemeinsamen Werte, der Kompetenzen der Berater:innen und etwaige persönliche Empfehlungen werden bei der Entscheidungsfindung genutzt.
- **Auslieferung:** Ende 2021 wurde von der eigenen Auslieferung aus den eigenen Räumen heraus zu einer professionellen Auslieferung in Steinhagen gewechselt. Die Auslieferung wurde nach Verhandlungen mit mehreren Anbietern und persönlichen Gesprächen ausgewählt. Dabei war die persönliche Empfehlung von Kolleg:innen relevant, da wir zur Einsparung von Versandwegen und Verpackungen dieselbe Auslieferung verwenden wollten wie unsere Kooperationspartner:innen. Auch die Wirtschaftlichkeit der Vertragskonditionen der Auslieferung wurden beachtet.
- **Steuer – und Lohnbuchhaltung:** Hierbei wurde Wert auf eine digitalisierte Arbeitsumgebung gelegt, sodass Belege nicht in Papierform ausgedruckt und versendet werden mussten. Es wurde ein Steuerberatungsbüro gewählt, das bereits seit einigen Jahren im eigenen Unternehmernetzwerk engagiert ist und sich durch eine transparente und faire Preispolitik auszeichnet.
- **Kreative:** Weitere Dienstleister sind Lektor:innen und Illustrator:innen – auch hier wird sowohl nach Empfehlungen aus dem privaten als auch dem beruflichen Netzwerk bewertet und entschieden. Die meisten Dienstleister:innen arbeiten schon länger mit Edition Progris zusammen und zeichnen sich durch kompetente Arbeit aus. Sofern keine Empfehlung vorliegt, wird durch Recherche (in unterschiedlichem Maße) versucht sich ein Bild des Dienstleisters zu erstellen und dann entsprechend über eine Beauftragung entschieden.
- **Hosting:** Die Website und E-Mail-Konten von Edition Progris werden von Hosting.de betrieben – einem kleinen Hosting-Anbieter mit Rechenzentrum in Aachen.

- **Räumlichkeiten:** Die Räume befinden sich seit Vertragsabschluss bei der Auslieferung (Ende 2021) lediglich im Home Office. Vorher wurde ein kleines Lager bei einem Anbieter für Lagerflächen (MyPlace) fußläufig vom Home Office gemietet.
- **Versand:** Der Logistikpartner DPD übernimmt den Versand unserer Produkte, sofern sie nicht von unserer Auslieferung ausgeliefert werden.

Produkte, die Edition Progris erwirbt, werden bis dato nach folgenden Kriterien erworben:

- **Lizenzen für Software:** Edition Progris nutzt als Fakturierungssoftware ein Open Source basiertes Angebot einer Berliner IT-Firma. Die Räumlichkeiten des Büros haben wir besucht, das Team kennengelernt – sind faire Arbeitsbedingungen standardmäßig gegeben.
 - **Elektronik:** Edition Progris nutzt die Elektronik des Unternehmens Vanovi Design und besitzt keine eigenen Elektro-Geräte.
 - **Bürobedarf:** Das Bürozubehör wurde ehemals über einen herkömmlichen Zulieferer bestellt. Im Sommer 2020 wurde umgestellt auf einen nachhaltigen Zulieferer für Bürobedarf (Memo). Hierbei stand ein möglichst großes, nachhaltiges Produktangebot im Vordergrund.
 - **Büroeinrichtung:** Edition Progris hat bisher nur eine Regalwand aus gebrauchter Hand gekauft. Hierbei war die Materialität und Langlebigkeit das Kriterium.
 - **Energie:** Im Home Office nutzt Edition Progris Strom von EWS Schönau - eine genossenschaftliche Energieversorgung aus alternativen Stromquellen.
 - **Telekommunikation:** Im Home Office nutzt Edition Progris den privaten Telekomanschluss und Festnetzvertrag der Telekom mit.
- **Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette überprüft bzw. evaluiert?**

Im Allgemeinen achtet Edition Progris sofern möglich auf lokale Dienstleister. Die einzigen Vertragspartner aus dem Ausland im Berichtszeitraum waren nach unserer Kenntnis ein Coach und ein Illustrator.

Zur Evaluierung bzw. Überprüfung sozialer Risiken in der Zulieferketten, wird derzeit überwiegend das persönliche sowie vertraute Gespräch mit Dienstleister:innen sowie deren Mitarbeiter:innen gesucht, sofern möglich. Die Räumlichkeiten der Partner:innen wurden im Regelfall besucht, um die Gegebenheiten zu überprüfen. Das betrifft ungefähr $\frac{3}{4}$ unserer Ausgaben. Zudem wird wie bereits oben erwähnt, ein Vertrauensvorschuss – durch das Netzwerk erfolgte Empfehlungen sowie Erfahrungen – gegeben. Das heißt teilweise erfolgte die aktive Überprüfung in Form langjähriger Zusammenarbeit durch andere.

Im Falle der Steuerberatung sind wir sehr regelmäßigen Kontakt mit den beiden Geschäftsführern wie auch mit den Sachbearbeiter:innen selbst.

Im Falle von Illustration arbeiten wir mit lokalen wie auch globalen Dienstleistern – die Auswahl erfolgt nach dem Gesichtspunkt des Zeichenstils, der Erfahrung und der Verfügbarkeit. Die Honorarhöhe und der Abgabetermin werden jeweils im Einzelnen mit dem/der Illustrator:in vereinbart und berücksichtigt eine würdevolle Bezahlung. Bei einem Auftragsumfang ab 300€ recherchieren wir bei einer internationalen Vergabe den lokalen, durchschnittlichen Monatsverdienst zur Kalkulation einer fairen Honorarhöhe.

- Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

Im Hinblick auf die Menschenwürde keine.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der zugekauften Produkte/Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen in Tabellenform

| EINGEKaufTE DIENSTLEISTUNG / PRODUKT | ANTEIL DES EINKAUFsvOLUMENS IN % |
|--------------------------------------|----------------------------------|
| Druckerei | 61 |
| Coaching und Beratung | 16 |
| Steuer- und Lohnbuchhaltung | 6 |
| Lektorat und Illustration | 4 |
| Beiträge Verband / Versicherung | 3 |
| Raummiete | 3 |
| Standmiete / Werbung | 2 |
| Büroeinrichtung | 1 |
| Auslieferung | 1 |
| Hosting | <1 |
| Software | <1 |
| Telekommunikation | <1 |
| Versandkosten | <1 |
| Bürobedarf | <1 |
| Gesamtvolumen | 100 |

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

Nach unserer Kenntnis wurden alle Produkte und Dienstleistungen unter fairen Bedingungen hergestellt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Umstellung Bürobedarf von Schäfer Shop auf Memo.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

A1 Negativaspekt: 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?

Die Menschenwürde wird bei unseren wesentlichen Lieferant:innen nach unseren Recherchen und Erkenntnissen nicht verletzt.

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

A2 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?

Eine langfristige Zusammenarbeit mit Lieferant:innen wird angestrebt. Dadurch, dass Lieferketten möglichst langfristig aufgebaut werden und regelmäßig Kontakt gehalten wird und Lieferant:innen ausgesucht werden, die ähnliche Werte teilen, fördert Edition Progris einen fairen und solidarischen Umgang.

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

Unsere wesentlichen Lieferant:innen sind Dienstleister:innen. Im Regelfall arbeiten wir mit einzelnen, freien Dienstleister:innen, die wir persönlich kennen und deren Arbeitsbedingungen wir im persönlichen Gespräch in ihren Räumlichkeiten erfahren. Wir tauschen uns vor und nach dem Projekt über die jeweils geschätzten und tatsächlichen Aufwand und Material aus, damit das Honorar angemessen geschätzt wird und auskömmlich ist.

Vorlieferant:innen unserer Lieferant:innen sind im Falle der Druckdienstleistungen relevant und wurden in Gesprächen schon erfragt.

Verpflichtende Indikatoren

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

- Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden
 - Der faire und solidarische Umgang wurde bereits proaktiv in Geschäftsbesprechungen angesprochen.
 - Edition Progris legt Wert darauf, eine etwaige Marktmacht in Honorarverhandlungen nicht auszunutzen und eine faire Honorierung entsprechend sicherzustellen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Recherieren von entsprechenden Siegeln auf <https://www.siegelklarheit.de> und <https://label-online.de/> und <http://solidarisch-einkaufen.de/index.php?content=Labels> und <https://we-care-siegel.org/> und <https://goodjobs.eu>
- Aktiver das Gespräch zum Thema suchen und Langfristigkeit erfassen.

A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Berichtsfrage

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

Ja, bei den wesentlichen Lieferant:innen für Dienstleistungen, die ursächlich Leistungen für Edition Progris erzeugen, bestätigen wir, dass Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette nicht verletzt sowie die Marktmacht bei den wesentlichen Lieferant*innen nicht ausgenutzt werden.

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

A3 Ökologische Nachhaltigkeit In der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Nach welchen Kriterien werden Rohware, Produkte und Dienstleistungen ausgewählt?
- Bei Druckereien suchen wir aktiv nach ökologischen Kriterien aus, wobei diese auch maßgebliche durch unsere gewählte Ausführung definiert werden. Diese erläutern wir in der übernächsten Frage näher.
- Bei Dienstleistungen suchen wir unter den Gesichtspunkten technische Umsetzung, Erfahrung, Kreativität, Stil, und Werte-Orientierung aus. Der Standortfaktor ist ebenfalls relevant bei der Entscheidung, denn Dienstleister:innen treffen wir möglichst entweder online oder vor Ort in Berlin.

- **Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?**
- Persönliche Gespräche, Gespräche über gewähltes Material und Besuche vor Ort sind unsere primären Maßnahmen.
- Prüfung von Bewertungen bei der Suche von neuen Produkten insbesondere im Hinblick auf Langlebigkeit und Kompatibilität. TrustedShops, ProvenExpert, Google-Bewertungen, Test-Ergebnisse und andere Foreneinträge werden als erste Recherche-Maßnahmen hinzugezogen, um Fehleinkäufe und Einkauf von Mangelware zu reduzieren.
- Unnötige Reisen von Dienstleister und Transportwege werden durch die Nutzung regionaler Anbieter verhindert.
-
- **Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen berücksichtigt?**
- Relevant sind für uns folgende Maßnahmen bei der Herstellung unserer Bücher:
 - Verzicht auf umwelt-, wasser- und gesundheitsgefährdende Chemikalien
 - Verzicht auf mineralölhaltige bzw. schadstoffreiche Druckfarben
 - Verzicht auf Einschweißfolien
 - Nutzung von min. FSC-zertifiziertem Papier, idealerweise zertifiziert mit dem Blauen Engel
 - Verzicht auf Folienkaschierung und UV-/Relief-/Spot-Lackierung
- Bei 74% der hergestellten Bücher konnten alle Punkte eingehalten werden. Bei den übrigen 26% wurde jedoch kein FSC-zertifiziertes Papier eingesetzt und der Umschlag enthält zur Minimierung der Reklamationsquote eine schützende Folienkaschierung.
- Desweiteren sind uns kurze Produktionswege wichtig. Aus diesem Grund beauftragen wir bisher immer deutsche Druckereien – wovon im Berichtszeitraum bei 74% der Bücher sogar eine regionale Ausführung in Berlin stattfand.
- Langlebigkeit, Materialbestandteile, Recyclbarkeit und nach Möglichkeit Standort wurden bei Produkten und Dienstleistungen berücksichtigt.
- **Welche Unterschiede gibt es zu den Mitbewerbern hinsichtlich ökologischem Einkauf?**
- Leider gibt es keine näheren Statistiken zur Beachtung von ökologischen Kriterien im deutschen Verlagswesen. Eine Herstellung in Osteuropa ist jedoch aus Kostengründen branchenüblich.

Verpflichtende Indikatoren

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

- Alle unserer Bücher wurden regional hergestellt und entsprechen somit einer ökologisch höherwertigen Alternative. 74% unserer Herstellung wurden zudem besonders nachhaltig hergestellt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Wir haben den Anteil der auf FSC-zertifiziertem Papier hergestellten Produkte maßgeblich erhöht.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

A3 Negativaspekt: 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?

Ja, Edition Progris bestätigt, dass keine Produkte/Dienstleistungen zugekauft werden, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen.

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

A4 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?
- Wir veröffentlichen die beteiligten Dienstleister:innen, das Herstellungsland und seit 2020 auch die ökologischen Auswirkungen der Materialien und Chemikalien, die bei der Herstellung zum Einsatz kommen, im Impressum in allen Publikationen.
- Über unsere Verlagskooperation lesen lokal sowie über Social Media veröffentlichen wir in unregelmäßigen Abständen vereinzelt Informationen (Making-Of-Videos, Texte) zu unserer Produktion und unseren Abstimmungen mit Kooperationspartnern im Blog.
- Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?
- Durch Besuche in den Druckereien bzw. den Räumlichkeiten vor Ort.
- Unsere erste Auslieferung wurde Ende 2020 gewechselt, da aufgrund von Bewertungen online und einem Besuch vor Ort nicht überzeugend dargelegt war, dass die Mitarbeitenden gut in Unternehmensentscheidungen einbezogen worden sind.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt
 - Bisher keine.
- Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden.

- Dieses Thema sprechen wir bei einer neuen Geschäftsanbahnung mittlerweile üblicherweise an. Unter der Hälfte der aktuellen Geschäftspartner:innen haben wir dies bereits angesprochen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Die ökologischen Auswirkungen unserer gewählten Materialien werden seit 2020 im Impressum genannt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Veröffentlichung des festen Netzwerks auf der Website.
- Mittels des GWÖ-Berichts werden wir außerdem weitere Transparenz hinsichtlich unserer Lieferketten schaffen.
- Gespräche über Transparenz mit Lieferant:innen und Kund:innen stärken, nach Betriebsrat fragen.

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Berichtsfragen

- Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden überlegt?
 - Das Unternehmen ist ein Einzelunternehmen und operiert mit einer Einnahme-Überschussrechnung.
- Welche Formen und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/oder über Ethikbanken konnten umgesetzt werden?
 - Es wurde im Berichtszeitraum eine Publikation mit fremden Mitteln ko-finanziert. In Einzelfällen wurden Tauschgeschäfte mit anderen Unternehmen derselben Branche initiiert, die Edition Progris mittels Dienstleistungen honorieren.
- Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken verringert werden?
 - Das Unternehmen hat keine Bank-Kredite und keinen Dispositionsrahmen. Die Kreditkarte wird monatlich automatisch beglichen, sofern sie eingesetzt wird.
- Wie sind die Finanzpartner*innen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten?
 - Die Hausbank des Unternehmens ist die GLS Gemeinschaftsbank – eine ethisch agierende Bank. Im Berichtszeitraum wurde eine Firmen-MasterCard der GLS Bank beantragt.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil Eigenkapital in Prozent
 - Die Eigenkapitalquote von Edition Progris ist 100 %.
- Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche
 - Die durchschnittliche Eigenkapitalquote bei Unternehmen mit wissensintensiven Dienstleistungen beträgt mit Stand 2019 durchschnittlich 28,2 %¹.

¹ <https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-KfW-Mittelstandspanel/KfW-Mittelstandspanel-2020-Tabellenband.pdf>, Seite 13

- Fremdfinanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart (Angaben in Tsd. EUR und in % vom Fremdkapital)
- Fremdfinanzierung liegt nicht vor.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Berichtsfragen

- Welche notwendigen Zukunftsausgaben konnten ermittelt werden und wie weit sind ihre Deckung und zusätzliche Risikovorsorge möglich?
- Ausgaben für neue Publikationen müssen vorfinanziert werden, da das Unternehmen Produkte (gebundenes Vermögen) verkauft. Bei einer geplanten Publikationsmenge von 2 Neuerscheinungen im Jahr belaufen sich die notwendigen Zukunftsausgaben auf ca. 7-12 T€. Edition Progris plant im nächsten Berichtszeitraum darüber hinaus geringfügige strategische Ausgaben in Höhe von 4 T€, um neue Geschäftsfelder zu erschließen. Alle Zukunftsausgaben werden aus den laufenden Gewinnen finanziert.
- Welche Ansprüche stellen die Eigentümer*innen an Kapitalerträge mit welcher Begründung?
- Es gibt keine Ansprüche.

Verpflichtende Indikatoren

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit

Der Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit (laut der Definition im GWÖ-Handbuch Seite 33 „Cashflow aus Betriebstätigkeit plus strategischer Aufwand minus Entnahmen als Unternehmer*innenlohn“) beläuft sich auf 5 T€.

Gesamtbedarf Zukunftsausgaben

Edition Progris plant im nächsten Berichtszeitraum 4 T€ strategische Ausgaben, um neue Geschäftsfelder im Website-Coaching zu erschließen und die Reichweite zu erhöhen:

- Beratung und Weiterentwicklung (ca. 2,1 T€)
- GWÖ-Workshops und Audit (ca. 1,5 T€)
- Social Media Strategie (anteilig ca. 900 €)
- Ausstellungsgrafiken und Messe-Ausrüstung (anteilig ca. 500 €)

Getätigte/r strategischer Aufwand/strategische Ausgaben

In den Jahren 2020 und 2021 wurden insgesamt 5,2 T€ strategische Ausgaben getätigt, die überwiegend im Feld Beratung waren:

- Beratung (1,8 T€)
- Fortbildung (1,5 T€)
- Messeausrüstung (1,9 T€)

Anlagenzugänge

Es gab keine Anlagenzugänge im Berichtszeitraum.

Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn)

Rücklagen wurden (nur) in Form von gebundenem Vermögen (Bücher) zugeführt. Das gebundene Vermögen in Form von gelagerten Büchern ist im Laufe des Berichtszeitraums von ca. 19 T € durchschn. Verkaufspreis-Wert (38 T € Ladenpreis-Wert) auf ca. 66 T € durchschn. Verkaufspreis-Wert (131 T € Ladenpreis-Wert) gestiegen.

Auszuschüttende Kapitalerträge

Es wurden im Berichtszeitraum keine Kapitalerträge (keine Gewinne) ausgeschüttet. Die Gewinne werden in voller Höhe reinvestiert.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Im Berichtszeitraum wurde das gebundene Vermögen um ca. 45 T € erhöht.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Es sind weitere strategische Ausgaben geplant, um das Unternehmen für digitale Geschäftsfelder vorzubereiten.

B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln

Berichtsfrage

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

Ja, das Unternehmen bestätigt, dass die Verteilung von Geldmitteln trotz stabiler Gewinnlage fair erfolgt.

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Berichtsfragen

- Welche Investitionen in eigene Anlagen haben ökologisches Verbesserungspotenzial?
 - Das Unternehmen hat kein Anlagevermögen und nur einen minimalen Investitionsaufwand.
- Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt und welche Förderprogramme können genutzt werden?
 - Keine (nicht zutreffend)
- Welche Investitionen wurden / werden konkret vorgenommenen?
 - Keine (nicht zutreffend)

- In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?
 - Keine (nicht zutreffend)

Verpflichtende Indikatoren

- Investitionsplan inkl. ökologischer Sanierungsbedarf Keine (nicht zutreffend)
- Realisierung der ökologischen Investitionen Keine (nicht zutreffend)
- Finanzierte Projekte Keine (nicht zutreffend)
- Fonds-Veranlagungen Keine (nicht zutreffend)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B3 Negativaspekt: 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?

Ja, das Unternehmen bestätigt, dass das Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut.

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

B4 Eigentum und Mitentscheidung

Berichtsfragen

- Wer sind die Eigentümer*innen, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?
 - Als Einnahme-Überschuss-Rechner ist die Gründerin 100% Eigentümerin und Inhaberin.
-
- Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?
 - Keine.

- Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer*innen gesichert und wie wird die neue Gemeinschaft auf diese Aufgaben vorbereitet?
 - Aktuell gibt es nur eine Eigentümerin.
-
- Wie hat sich die Eigentümerstruktur in den letzten Jahren entwickelt und wie wird die Veränderung abgesichert?
- Unverändert.

Verpflichtende Indikatoren

Wie verteilt sich das Eigenkapital in Prozent auf (Eigenkapitalstruktur in %, jeweils von 0 bis 100%):

- Unternehmer*innen 100 %
- Führungskräfte 0 %
- Mitarbeiter*innen 0 %
- Kund*innen 0 %
- Lieferant*innen 0 %
- Weiteres Umfeld 0 %
- Nicht mittätige Kapital-Investor*innen 0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Es wird angestrebt, eine Regelung für den Krankheitsfall bzw. Todesfall zu finden.

B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme

Berichtsfrage

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

Ja, das Unternehmen bestätigt, dass keine feindlichen Übernahmen erfolgt sind.

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Berichtsfragen

- Wie kann die Unternehmenskultur im Unternehmen beschrieben werden?

Es herrscht eine offene, direkte Kommunikation. Die vier Werte, zu denen sich Edition Progris sich insbesondere verpflichtet sind im Imagefilm von lesen lokal erläutert und dort online veröffentlicht und lauten: Unabhängigkeit, Zusammenarbeit, Expertise und Vernunft.

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

Im Verlag ist ein Minijobber angestellt und die Inhaberin in Teilzeit tätig. Von August 2020 bis Juli 2021 war ein schulischer Praktikant im Unternehmen tätig.

Folgende Maßnahmen wurden ergriffen:

- Über die Präsenz im Büro oder Homeoffice dürfen die Mitarbeitenden selbst entscheiden und es gelten flexible Arbeitszeiten.
 - Die Mitarbeitenden achten auf ein selbst gestaltetes Arbeitsumfeld.
 - Die Tische sind höhenverstellbar, mit zusätzlich höhenverstellbaren Laptopständern und es gibt einen geteilten Gesundheitshocker als alternativen Sitz zum Bürostuhl.
 - Gefiltertes Wasser aus der Trinkwasser-Aufbereitungsanlage, Kaffee und Tee werden bereitgestellt.
 - Eine Sitzecke mit Sessel und Sach- und Fachbüchern lädt zum entspannten Pausieren ein.
-
- Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von sowie im Umgang mit Mitarbeitenden und welche Betriebsvereinbarungen bzw. Maßnahmen gibt es bereits?
 - Diversität wird geschätzt, jedoch gilt in erster Linie die Qualifikation bzw. die Eignung oder die Motivation für den Job. Nationalität, Religion und Geschlecht spielen keine Rolle.
 - Im Berichtszeitraum war ein Jahr lang mind. eine Person mit Autismus und Lernschwächen angestellt.

Verpflichtende Indikatoren

- Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit
 - Das Unternehmen besteht seit 2018. Der erste weitere Mitarbeitende zusätzlich zur Inhaberin wurde im Ende 2019 aufgenommen. Bisher gab es keine Entlassungen.
- Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro Mitarbeitendem bzw. nach Führungsebene
 - Mitarbeitende erhalten im betriebsinternen Workload Management Tool pauschal 1 Tag im Monat für Weiterbildungsmaßnahmen und werden aktiv zur Teilnahme an Kongressen eingeladen.
- Gesundheits-/Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung), Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen
 - Keine
- Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle
 - Bisher gab es keine Betriebsunfälle.
- In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit / Diversität: Inhalte + Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden
 - Bislang wurden keine Angebote im Bereich Gesundheit / Diversität von Mitarbeitenden wahrgenommen.

- Demografische Verteilung der Mitarbeitenden des Unternehmens im Hinblick auf Dimensionen der Diversität (zumindest nach den Kerndimensionen von Diversität: Alter, Geschlecht, Ethnie, körperliche / psychische Einschränkungen, sexuelle Orientierung, Religion – sofern erhebbar und relevant)
 - Auf Grundlage der 3 Mitarbeitenden im Berichtszeitraum:
 - Alter: 18 Jahre, 38 Jahre, 80 Jahre
 - Ethnie: 66% mit Migrationshintergrund
 - Geschlecht: 66% männlich
 - Einschränkungen: 33% körperlich eingeschränkt
 - Behinderungen: 66% behindert
 - Sexuelle Orientierung: nicht bekannt
 - Religion: nicht untersucht
- durchschnittliche Karenzdauer von Vätern-/Müttern in Monaten
- Bisher gab es keine Elternschaft im Betrieb.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Steuerfreier Sachbezug wird angeboten.

C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Berichtsfrage

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

Ja, das Unternehmen bestätigt, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen.

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfragen

- Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster "lebenswürdiger Verdienst" zusteht?
- Mitarbeitende bei edition progris bekommen grundsätzlich einen Mindestverdienst von 13,80€/h brutto. Pflichtpraktika und die Aufwände von Inhabern sind davon ausgenommen.
- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen?
- Gehaltsverhandlungen erfolgen jährlich. Ein Inflationsausgleich wird darüber hinaus alle 2 Jahre neu festgesetzt und ausgezahlt.

- **Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt? Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?**
 - Überstunden werden erfasst, sind jedoch nicht gewünscht, es sei denn der/die Mitarbeitende möchte diese ausüben – dann stehen ihm/ihr Überstunden frei. Überstunden sind nicht für den Betrieb des Unternehmens erforderlich und die Branche ist keinen starken Auslastungsschwankungen unterworfen.
 - Arbeitslasten werden im „Weekly“ (wöchentlicher interner Anruf) besprochen und verteilt, damit Überstunden nicht anfallen. Sie sind mittels Workload Management Tool steuerbar.
- **Wie können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden?**
 - Informelle Diskussionen über gesellschaftliche Berührungspunkte bei der Arbeit ermöglichen den Austausch innerhalb des Unternehmens.
- **Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen? Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?**
 - Bei den Gehaltsverhandlungen oder auch Änderungen in der Lebensgestaltung gibt der/die Mitarbeitende vor, wie viele Stunden in der Woche er oder sie am liebsten arbeiten möchte.
 - Die Mitarbeitenden können sich ihre Zeit selbst einteilen, jedoch ist die Teilnahme am „Weekly“ gewünscht.
- **Welche Maßnahmen gibt es in der Organisation, um eine Work-Life-Balance zu gewährleisten?**
 - In wöchentlichen Absprachen werden Arbeitslasten besprochen und wie die Mitarbeitenden mit ihren Aufgaben umgehen, bzw. ob sie Unterstützung benötigen. Die Arbeitslast wird mit dem Workload Management Tool beobachtet.
 - Die Urlaubszeit wird mit 30 Arbeitstagen berechnet.

Verpflichtende Indikatoren

- **Höchst- und Mindestverdienst (*innerbetriebliche Spreizung*)**
 - Nach Abwägung des Zeitaufwands seitens der Inhaberin liegt die Verdienstspreizung bei maximal 1:2.
- **Medianverdienst**
 - 22,50€/h brutto (im Rahmen eines Minijobs)
- **Standortabhängiger „lebenswürdiger Verdienst“ (für alle Betriebsstandorte)**
 - 13,80€/h brutto Mindestverdienst (es gelten laut Recherchen ca. 11,14€/h als lebenswürdig und soll ab Oktober 2022 auf 12€/h steigen).
- **Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z. B. 38 Stunden)**
 - Die Wochenarbeitszeit wird vom Mitarbeitenden selbst definiert, überschreitet jedoch nicht 32h/Woche.

- **Tatsächlich geleistete Überstunden**
 - Innerhalb des Berichtszeitraums keine. Die Inhaberin erfasst ihre Überstunden nicht.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Einführung des „Weekly“-Gruppenanrufs zur regelmäßigen Abstimmung vom Workload und Monitoring von Überlastungen mittels Workload Management System.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfrage

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

Ja, die Mitarbeitenden werden nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet.

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

Berichtsfragen

- **Welchen Wert legen das Unternehmen und die Mitarbeitenden auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz?**
 - Die Inhaberin ernährt sich größtenteils von der „Märkischen Kiste“ – eine wöchentliche Lieferung von regionalem Obst, Gemüse, Brot und Käse. Die Inhaberin isst fast durchgängig vegetarisch. Der Mitarbeitende isst normal.
 - Wir nutzen meist diverse umliegende vegane, ökologisch-orientierte Restaurants zur Verpflegung wie das Holy Flat, Gazzo und Oh la Queca. Zum Transport werden meist die Vytal-Mehrwegschüsseln verwendet.
- **Welche Verkehrsmittel benützen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?**
 - In der Regel nutzen die Mitarbeitenden Home Office und benötigen daher betriebsbedingt keine Verkehrsmittel. Die ersten 8 Monate gab es nur Home Office – seit September 2022 werden die Büroflächen des Partnerunternehmens Vanovi Design kostenfrei mitgenutzt. Mit Umzug ins Büro teilte sich die Inhaberin mit Ihrem Büropartner ein Auto (6km Strecke). In der Regel ist keine getrennte Anfahrt nötig, da die Inhaberin sich arbeitsbedingt für ihr Hauptunternehmen bereits in den Büroflächen befindet. Das Auto wurde jedoch regelmäßig für

Lieferungen an Nebenverkaufsstätten und Transporte vom/ins Lager oder eingesetzt.

- Die Mitarbeitenden kamen in der Regel mit den öffentlichen Verkehrsmitteln, sofern sie nicht Home Office gewählt haben.
- Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden, gibt es Weiterbildungsangebote?
 - Auf den Kongressen future!publish, auf Messen und in persönlichen Gesprächen haben sich die Mitarbeitenden hinsichtlich nachhaltiger Produktionsprozesse weitergebildet. Es gibt keine Weiterbildung hinsichtlich der Änderungen des privaten Verhaltens.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft
 - Bei der Inhaberin beträgt der Anteil 75 %. Der Anteil wurde unter den Mitarbeitenden nicht erfasst.
- Anteil der Anreise mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß
 - In der Regel ist keine Anfahrt erforderlich, allerdings wird insbesondere von der Inhaberin das Auto regelmäßig für Buchtransporte eingesetzt.
- Nutzungsgrad des ökologischen Betriebsangebots der Mitarbeitenden in %
 - Nicht erfasst.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Vegane Suppen aus regionalen Zutaten sollen seitens des Unternehmens gestellt werden.
- Es soll überlegt werden, wie Mitarbeitende in Ökologie-Maßnahmen integriert werden können.

C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens

Berichtsfrage

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

Ja, im Unternehmen werden weder die Verschwendung von Ressourcen noch unökologisches Verhalten geduldet.

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Berichtsfragen

- Welche wesentlichen/kritischen Daten sind für die Mitarbeitenden leicht zugänglich?
 - Die Planung, Kostenkalkulation und Herstellung der Publikationen erfolgt unter enger Zusammenarbeit mit den Mitarbeitenden und wird mit ihnen gemeinsam erstellt und abgestimmt. Die Absatzzahlen und Produktionskosten werden von den Mitarbeitenden selbst betriebsintern frei zugänglich auf dem Server abgelegt und jede Woche eingesehen.
- Wie werden Führungskräfte ausgewählt, evaluiert und abgesetzt? Von wem?
 - Nicht zutreffend. Es gibt nur die Inhaberin.
- Welche wesentlichen Entscheidungen können die Mitarbeitenden mehrheitsdemokratisch oder konsensual mitbestimmen?
 - Die Mitarbeitenden wurden bei Abstimmungen und Gesprächen mit Unternehmensberatern regelmäßig involviert. Außerdem sind die Mitarbeitenden maßgeblich an der Entwicklung und Ausgestaltung des neuen Programms beteiligt.
- Welche Erfahrungen wurden bisher mit mehr Transparenz und Mitbestimmung gemacht?
 - Durch die Mitbestimmung der Mitarbeitenden entstanden innovative Ideen für die neue Publikationen, die Auswahl von Dienstleistenden und für den Umgang mit Kund:innen.

Verpflichtende Indikatoren

- Grad der Transparenz bei kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung in %).
 - Kostenkalkulationen, Absatzzahlen und Umsatzziele werden von den Mitarbeitenden mitkontrolliert, daher schätzt Edition Progris den Grad der Transparenz auf 100 %. Lediglich die Gehälter werden aus Datenschutzgründen nicht zugänglich gehalten.
- Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden (in %).
 - Nicht zutreffend. Es gibt nur die Inhaberin.
- Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden (in %).
 - Die Inhaberin involviert Mitarbeitende möglichst in allen relevanten Entscheidungen. Der Anteil der Entscheidungen wird auf 80 % geschätzt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Berichtsfrage

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

Ja, Edition Progris verhindert den Betriebsrat nicht, denn das Unternehmen hat keinen Betriebsrat.

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

D1 Ethische Kundenbeziehung

Berichtsfragen

- **Wie werden neue Kund*innen gewonnen und wie Stammkund*innen betreut?**
 - Unsere Kund*innen sind zu 45% Grossisten (= Barsortimente, Standardlieferanten für Buchhandlungen und Amazon), zu 36% Buchhändler*innen, zu 15% sonstige Verkaufsstätten außerhalb des Buchhandels (Blumenläden, Infopoints, etc.) und zu 4% Privatkund*innen (bzw. Endverbraucher).
 - Neue Kund*innen werden durch Pressearbeit und über branchenübliche Ankündigungen zu Neuerscheinungen gewonnen.
 - Im Bereich Social Media bewerben wir für Endverbraucher auch neue Publikationen.
 - Stammkund*innen sind in der Regel regionale inhabergeführte Buchhandlungen mit ausgewähltem Sortiment. Wir bieten diesen Stammkund*innen jährliche, persönliche Gespräche in ihrem Laden, Sonderkonditionen und bei Bedarf Aktionstische an. Diese werden von Stammkund*innen gut und gerne in Anspruch genommen.
- **Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kundennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?**
 - Die Kund*innen im B2B-Bereich haben ein mind. 60-tägiges volles Remissionsrecht.
 - Wir übermitteln unsere Publikationen kostenfrei an Midvox, damit Leseproben (10% des Inhalts) in die öffentlichen Buchhandels- und Verkaufsplattformen übertragen werden.
 - Wir sind bestrebt unsere Bücher erschwinglich für die Öffentlichkeit zu halten. Entstandener Gewinn wird in der Regel in neue Publikationen re-investiert.
- **Welche Kund*innen-Gruppen haben einen erschwerten Zugang zu den Produkten und Dienstleistungen? Was wird getan, dass diese auch in den Genuss der Produkte/Dienstleistungen kommen können?**
 - B2B:
 - Buchhändler*innen beziehen unsere Bücher primär über Grossisten. Im Berichtszeitraum konnten wir Rahmenverträge mit 2 weiteren Grossisten sichern, sodass wir nun bei allen relevanten Grossisten bestellbar sind.
 - Sollten die Buchhändler*innen eine direkte Bestellung ohne Grossisten vorziehen, bieten wir Partnerbuchhandlungen verbesserte Einkaufskonditionen zu Sonderrabatten. Das wirkt der vorhandenen, strukturellen Benachteiligung von kleinen Buchhandlungen in Vergleich zu Filialketten entgegen. Somit werden Bibliodiversität und der „kleine“ Buchhandel gestärkt.
 - Unsere Konditionen werden in unserer Vorschau in der Regel transparent mitgeteilt.
 - Zusätzlich ist es uns Ende 2021 gelungen eine Zusammenarbeit mit einer Buchhandelsauslieferung zu sichern. Somit reduzieren insbesondere kleine Buchhandlungen ihren buchhalterischen und organisatorischen Aufwand einer direkten Bestellung bei uns durch Sammelrechnung und Sammellieferung. Das wirkt ebenfalls der vorhandenen, strukturellen

Benachteiligung von kleinen Buchhandlungen in Vergleich zu Filialketten entgegen.

- B2C:
 - Da unsere Bücher auch kostenfrei in Bibliotheken ausgeliehen werden können, sind die Produkte grundsätzlich für jeden finanziell zugänglich.
 - Barrierefreiheit: Es wird auf eine leicht vergrößerte Schriftgröße Wert gelegt, um älteren Generationen den Lesefluss einfacher zu gestalten.
 - Sprache: Wir verlegen im Bereich des populären Sachbuchs und vermeiden daher Fachjargon. Wir verwenden in den meisten Publikationen eine leicht verständliche Sprache, die auch für Jugendliche und Nicht-Muttersprachler gut verständlich ist.

Verpflichtende Indikatoren

- **Übersicht der Budgets im Marketing, Verkauf, Werbung: Ausgaben für Maßnahmen bzw. Kampagnen**
 - Die Marketing-Ausgaben belaufen sich bisher nur auf ca. 1200 € im Jahr für gedruckte Verlagsvorschauen und Messestände. Soziale Medien werden bisher nur geringfügig bespielt. Es wird geringfügig Werbung in Partner-Publikationen geschaltet.
- **Art der Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden: fixe und umsatzabhängige Bestandteile in %**
 - Es gibt keine Verkaufsmitarbeitende im Vertrieb und auch keine branchenüblichen, externen Buchhandelsvertreter.
- **Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: ja/nein**
 - Keine
- **Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innen-Gruppen gekauft wird.**

Der Umsatzanteil nach Kund:innengruppe ist schwer zu identifizieren, da die Verkäufe via Grossisten nicht aufgeschlüsselt werden. Grossisten beliefern Filialketten, Amazon wie auch unabhängige Buchhandlungen, die aus organisatorischen Gründen auf eine Direktbestellung verzichten möchten. Unsere Kundenstruktur lautet daher im Berichtszeitraum wie folgt:

- 51 % Kleinstunternehmen bis 5 Mitarbeitende (welches den branchenüblichen Durchschnitt von ca. 1/3 übersteigt, da wir unsere Kontakte zum „kleinen“ Buchhandel aktiv pflegen)
- 45 % Grossisten (Struktur nicht aufgeschlüsselt),
- 4 % Privatkund*innen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Wie oben beschrieben konnten wir die Zusammenarbeit mit 2 weiteren Grossisten sichern und mit einer Buchhandelsauslieferung sichern, um unsere bessere Zugänglichkeit zu ermöglichen. Die Konditionen für Partnerbuchhandlungen konnten mithilfe der Verlagskooperation lesen lokal ausgebaut und verbessert werden.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Überlegung, eBook-Formate aufzubereiten, um Zugang für Kund*innen zu ermöglichen, die physisch weit von Deutschland entfernt sind. Da wir regionale Themen bedienen, ist dies jedoch nicht höchste Priorität.

D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen

Berichtsfrage

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

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Ja, wir führen keine unethischen Werbemaßnahmen durch und halten uns an die vorgeschriebenen Minimal- und Maximalrabatte der Buchhandelbranche.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

Berichtsfragen

- Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert und welche Ziele werden dabei verfolgt?
- Edition Progris kooperiert fest innerhalb einer Verlagskooperation lesen lokal mit 5 weiteren unabhängigen Buchverlagen. Es gibt im Kernteam ein wöchentliches Jour Fixe, intensiven Austausch und unregelmäßige „Workdays“:
 - L&H Verlag
 - World for Kids
 - Terrapress
 - Verlag für Regional- und Zeitgeschichte
 - Hendrik Bäßler Verlag
- Die Ziele dabei sind:
 - Expertise zum regionalen Sachbuch und zu Verlagsthemen bündeln
 - gemeinsame Publikationen erstellen, Gastbeiträge in Publikationen untereinander stärken
 - Schnittstellen in der Programmplanung für Inspiration und Austausch nutzen – programmatische Synergien
 - Gemeinsam Endkundenansprache verbessern und ausbauen
 - Zusammenarbeit mit unabhängigen Buchhandlungen (Partnerbuchhandlungen) stärken und attraktiver gestalten
 - Kulturelles Programm in der Region zu fördern mit Lesungen, Veranstaltungen, Büchertischen
 - Produktionsprozess effizienter gestalten durch gebündelten Einkauf von Material und Papier in den Druckereien
 - Vertriebsaufwände effizienter gestalten durch geteilte Messestände und gemeinsame Verlagsvorschauen
 - Fluktuationen in personellen Ressourcen besser stemmen durch Austausch von zeitlichem Einsatz und finanziellem Einsatz und Teilung von Arbeitskräften (Personalunion)
 - Gemeinsame Recherche und Austausch zu Themen der Innovation und Digitalisierung im Publishing

- Stärkung der Forderungen von unabhängigen Verlagen und unabhängigen Buchhandlungen zur Entgegenwirkung von struktureller Benachteiligung und Aufklärung in der Öffentlichkeit (responsible Lobbying)
- Edition Progris trifft sich auch mit anderen Buchverlagen im Rahmen des Verleger-Stammtisches, Konferenzen und persönlichen Gesprächen.
- In welchen Bereichen verhält sich das Unternehmen solidarisch gegenüber anderen Unternehmen und hilft uneigennützig?
 - Durch die o.g. Verlagskooperation können individuelle Engpässe in den einzelnen Verlagen durch Austausch konterkariert werden (z.B. bringt sich ein Verlag für Reiseführer zu Corona-Zeiten mit zeitlichem Aufwand ein und profitiert vom finanziellen Aufwand der anderen Verlage). Dieser Austausch erfolgt in gesundem Vertrauen und ohne Kostenverrechnung. Da es auf Win Win Situationen hinausläuft, kann es jedoch nicht als uneigennützig eingestuft werden.
 - Im Jahr 2021 hat Edition Progris in Zusammenarbeit mit der Kooperation lesen lokal ein Barcamp für die Buchhandelsbranche veranstaltet, um Herausforderungen für unabhängige Verlage und Buchhandlungen gemeinsame zu besprechen. Aus der Veranstaltung sind Arbeitsgruppen von Verlegern gewachsen, die immer noch aktiv sind.

Verpflichtende Indikatoren

- Wie hoch ist der investierte Zeit- / Ressourcenaufwand für Produkte und Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens? (in Stunden/Jahr bzw. %-Anteil)
- Der Zeitaufwand für die Kooperation übersteigt den Zeitaufwand für eigene Projekte. Ca. 150% der Zeit wird für den Aufbau der Kooperation aufgewandt (4h Woche für die Kooperation und 2h/Woche für eigene Projekte).
- Wie viel Prozent von Zeit / Umsatz wird durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet / erzielt:
 - Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional): 80%
 - Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere ZG ansprechen: 5%
 - Unternehmen der gleichen Branche in gleicher Region, mit anderer ZG: 15%
- In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen? (Anzahl: x/3)
 - Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards:
 - Aktuell nicht – daher streben wir die Mitgliedschaft in der Gemeinwohlökonomie an.
 - Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (responsible Lobbying): Edition Progris ist zahlendes Mitglied des Börsenvereins des deutschen Buchhandels, um Bewusstsein für das Kulturgut Buch zu stärken und die Zusammenarbeit mit Politik und Wirtschaft zu gestalten (responsible Lobbying).
 - Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards

- Als Ergebnis des Lesen lokal Barcamps haben sich informelle Arbeitsgruppen aus unabhängigen Verlegern gebildet, in denen Pläne für die Sensibilisierung der Öffentlichkeit für die strukturelle Benachteiligung von kleinen Verlagen und Buchhandlungen in Arbeit sind. Edition Progris wirkt in diesen Arbeitsgruppen ebenfalls mit. Außerdem plant auch die Kooperation Lesen lokal weiterhin aktiv in diesem Bereich zu sein und arbeitet an Innovationen in der Branche mit.
- **Wie viele Arbeitskräfte / Mitarbeiterstunden wurden an Unternehmen**
 - anderer Branchen weitergegeben, um die Mitunternehmen zu unterstützen?
 - der gleichen Branche weitergegeben, um die Mitunternehmen zu unterstützen?
Durchschnittlich ca. 2h/Woche = 208 Stunden
- **Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen**
 - anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? Aufträge sind in unserem Bereich nicht üblich, da wir keine Dienstleistungsverlage sind. Allerdings wurden im Rahmen der Kooperation bisher ca. 600 Buchverkäufe für andere Unternehmen im Berichtszeitraum generiert.
 - der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? (%-Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge) Nicht relevant, da Buchverkäufe nicht übertragbar
- **Wie hoch beläuft sich die Summe an Finanzmitteln, die an Unternehmen**
 - anderer Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?
 - der gleichen Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? (Summe, %-Anteil vom Umsatz/Gewinn)
 - Die Finanzierung von gemeinsamen Kosten innerhalb der Kooperation erfolgt auf Vertrauensbasis und ohne genaue Verrechnung.
 - Für die Veranstaltung des Barcamps wurden finanzielle Aufwände von ca. 600€ getragen (übersteigt den Gewinn im Berichtszeitraum).

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Aufbau der Kooperation Lesen lokal, Initiierung des Barcamps

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Die Verlagskooperation wird mit 6h/Woche weiter gestärkt und ausgebaut. Es ist außerdem u.a. die Veranstaltung eines Fachkongresses für die Verlagsbranche geplant, die gekoppelt wird mit öffentlichen Podiumsdiskussionen.

D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Berichtsfrage

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

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

gegenüber Mitunternehmen komplett verzichtet wird?

Ja, wir verzichten komplett auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

D3 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?
- Das Portfolio der Bücher besteht aktuell aus einem Mix an Produktionsweisen. Im Berichtszeitraum wurden 7.700 Bücher gedruckt. Davon wurden bei allen auf umwelt-, wasser- und gesundheitsgefährdende Chemikalien und auf mineralöhlhaltige bzw. schadstoffreiche Druckfarben verzichtet.
 - Kategorie „besonders umweltfreundlich“: Davon wurden 74% auf FSC-zertifiziertem Papier gedruckt.
 - Kategorie „sonstig“: Davon wurden 26% auf un zertifiziertem Papier gedruckt.
- Alle Bücher wurden im Berichtszeitraum regional gedruckt und es wurde auf Einschweißfolien und Folien-Veredelungen und Neon-/Metallicfarben verzichtet.
- Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert?
- Die Druckereien der o.g. umweltfreundlichen Produktionen (74%) wurden persönlich von der Inhaberin besucht und die Einhaltung der Vorgaben für die umweltfreundliche Produktion wurde persönlich von der Druckerei im Vorfeld bestätigt.
- Die Reduktion von Verpackung und Entsorgungsmaterial ist gewährleistet durch:
 - Verzicht auf Einschweißfolien schon in der Produktion
 - Bei Auslieferung durch Auslieferungspartner: Im B2B-Bereich Auslieferung über die verpackungsfreie Bücherbox. Im B2C-Bereich werden Pappverpackungen benutzt.
 - Bei eigener Auslieferung: Verpackungen und Klebeband bestehen vollständig aus recyceltem Papier/Pappe. Polsterndes Füllmaterial ist zu 100% gebraucht.
- Wie sind Konsistenz, Effizienz und Suffizienz im Geschäftsmodell verankert?
 - Auflagen werden knapp kalkuliert und möglichst bis zum kompletten Abverkauf lieferbar gehalten. Das wirkt Verramschen entgegen. Edition Progris hat im Vergleich zu anderen Verlagen ein sehr geringes Verhältnis von verramschten Büchern zu preisgebunden ausgelieferten Büchern (ca. 1%).
 - Für den außergewöhnlichen Fall, dass Bücher im Müll landen, wurde in der Produktion auf unnötige Folienveredelungen und metallische Druckfarben verzichtet, sodass diese weitestgehend recycelbar sind.
- Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?

- Die publizierten Inhalte werden möglichst zeitlos gestaltet und formuliert, damit das Buch einen langfristigen Platz im Regal bekommt oder innerhalb des Sekundärmarkts ohne großen Werteverfall zirkulieren kann.
- **Wie wird die maßvolle Nutzung in der Kommunikation mit Kund*innen gefördert?**
- Wir halten die Preisbindung in der Regel 10 Jahre aktiv (8,5 Jahre länger als gesetzlich vorgeschrieben). Somit wird den B2B-Kund*innen die Möglichkeit eines entspannten und fairen Verkaufs als Longseller ermöglicht und die Remissionsquote ist im Vergleich zu branchenüblichen Quoten von 5% mit weniger als 1% sehr gering.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Die umweltfreundliche Produktion wurde ausgebaut und Kriterien für den umweltfreundlichen Druck wurden aufgestellt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Überlegung der Veröffentlichung von eBooks, um komplett papierfreien Konsum zu ermöglichen.

D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

Berichtsfrage

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

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Ja, es gibt keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

Berichtsfragen

- **Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kund*innen eingeräumt und wie wird darüber kommuniziert?**
- Die Stammkund*innen (Buchhandlungen) erhalten mithilfe der Verlagskooperation in der Regel jährlich das Angebot eines persönlichen Gespräches und nutzen dieses auch sehr gerne für einen inhaltlichen Austausch zu den Büchern. Auch zwischendurch erreichen uns manchmal Informationen, da die Buchhändler*innen in direkterem Kontakt zur Leserschaft stehen.
- Bei Kund*innen im Bereich der sonstigen Verkaufsstätten, die einen starken Bezug zum Thema der Publikation haben (z.B. Infopoint des Friedhofs für den Friedhofsführer), werden die Inhaber im Vorfeld in die Erstellung des Buches aktiv einbezogen und konsultiert.

- Engagierte Leser*innen schicken proaktiv Vorschläge für Ergänzungen in Neuauflagen.
- Die Öffentlichkeit wird bei der Erstellung einer Publikation oftmals formlos inhaltlich einbezogen, da wir regionale Themen behandeln.
- Werden Impulse von Kund*innen zur sozial-ökologischen Verbesserung der Produkte und Dienstleistungen aufgenommen?
- Bisher haben uns wenig Verbesserungen in Hinblick auf die ökologische Verbesserung der Produkte erreicht. Allerdings kommt es vor, dass sehingeschränkte Leser*innen uns auf ihre Wünsche einer guten Lesbarkeit mitteilen.
- Welche Produktinformationen sind öffentlich zugänglich (Inhaltsstoffe, Wertschöpfungskette, ökologisch relevante Informationen, Preisfindung)?
- Aktuell werden die eingehaltenen Kriterien der umweltfreundlichen Produktion im Impressum der Publikation genannt.

Verpflichtende Indikatoren

- Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund*innen entstanden sind. Aufgrund unserer regionalen Themenorientierung fließen soziale Verbesserungen der Kund*innen in den Verkaufsstätten vor Ort mit einer gewissen Selbstverständlichkeit in unseren Herstellungsprozess ein. Wir schätzen wir den Prozentsatz daher auf ca. 80% ein.
- Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes). Alle Bücher der umweltfreundlichen Produktion (74%).
- Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes). Bisher keine.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Im Impressum auch die Papiersorte nennen.

Es ist geplant, Infografiken zur Erklärung der Preisbestandteile zu erstellen.

D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Berichtsfrage

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

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Ja, unsere eigenen Produkte enthalten keine Schadstoffe, die Kund:innen und Umwelt belasten und es entstehen auch keine schädlichen Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

- Welche der neuen Grundbedürfnisse (siehe unten) erfüllen die Produkte/Dienstleistungen des Unternehmens?

Unser Umsatz besteht fast ausschließlich aus Buchverkäufen und Druckkostenzuschüssen. Es werden nebenbei auch Kleinveranstaltungen organisiert wie zum Beispiel ein Barcamp für unabhängige Verlage. Wir verlegen Sachbücher aus und über das kulturelle Erbe von Berlin und Brandenburg, laden Leser:innen dazu ein, die Region neu kennenzulernen und bewahren die Gedanken von vergessenen Vordenker:innen des frühen 20. Jahrhunderts.

Hierzu arbeiten wir entweder mit bisher unveröffentlichten Texten direkt von Autor:innen oder wir digitalisieren gemeinfreie Frakturschriften aus Antiquariaten und verlegen sie zur besseren Lesbarkeit in Antiquaschrift.

Unser Hauptziel ist es mit dem Verlegen von Inhalten die Biodiversität zu erhalten. Hierbei richten wir einen Fokus auf Inhalte, die in etablierten Verlagen mit Großauflagen wenig Chance auf einen Betriebserfolg geben würden, weil das Thema der Publikation eine regionale oder kulturelle Nische bedient.

- Erfüllt die Grundbedürfnisse von Verstehen / Einfühlung (4), Muße/Erholung (6) und Identität / Sinn (8)
- Welche der Produkte/Dienstleistungen sind Luxusprodukte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenschädliche Produkte des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können?

Neben unseren Büchern vertreiben wir auch Postkartensets, Samenbomben bzw. Merchandise, welche ca. 2-3 % unseres Umsatzes ausmachen, und die wir als Luxusprodukte klassifizieren.

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

Kulturelle Bildung und Bereicherung wie auch Erinnerungskultur stehen für uns an erster Stelle. Unsere Bücher thematisieren geschichtliche Ereignisse des frühen 20. Jahrhunderts, Lebensreform, Pädagogik, Klimawandel und Vertreibung im 2. Weltkrieg.

Unsere Bücher erzählen die Lebensgeschichten und machen Geschichte nahbar.

Durch das Verlegen werden Auseinandersetzungen und Schriftstücke zu Themen, die unsere regionale Kultur betreffen, für die nächsten Generationen bewahrt. Wir holen vergessene Vordenker, die in Antiquariaten schlummern, in die Neuzeit und lassen auch Zeitzeugen der Neuzeit zu Wort kommen.

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

Unsere Bücher sollen kulturelles Verständnis und Bewusstsein über geschichtliche Ereignisse erhöhen. Unsere Tätigkeiten orientieren sich an den UN-Entwicklungszielen „Hochwertige Bildung“ (4), „Frieden und Gerechtigkeit“ (16) und „Maßnahmen zum Klimaschutz“ (13).

Wir versenden Exemplare aller unserer Bücher unentgeltlich in die Zentrale Landesbibliothek und Deutsche Nationalbibliothek.

Außerdem veranstalten wir Lesungen, an denen die Öffentlichkeit unentgeltlich teilnehmen kann, und regen dort Diskussionen mit den Besuchenden an.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes:

1. Erfüllte Bedürfnisse

- decken Grundbedürfnisse 97 %
- Statussymbol/Luxus 3 %

2. Dienen der Entwicklung

- der Menschen 97 %
- der Erde/Biosphäre 0 %
- löst gesellschaftlich/ökologische Probleme lt. UN-Entwicklungszielen 15 %

3. Nutzen der Produkte/Dienstleistungen:

- Mehrfachnutzen/einfacher Nutzen 100 %
- Hemmender/Pseudo-Nutzen 0 %
- Negativnutzen 0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Mit „Was ist die Natur?“ wurde 2021 der erste naturphilosophische Titel mit Bezug zum Klimawandel ins Programm gebracht.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Es sind weitere Titel zum Thema Nachhaltigkeit, regionale Flora und Fauna und alternative, ressourcenschonende Wohnformen im Programm gewünscht.

Es ist gewünscht, dass die Bücher auch als eBooks veröffentlicht werden.

E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfrage

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

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten

Ja, Edition Progris produziert oder verkauft keine der aufgelisteten menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

E2 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?

- Edition Progris zahlt als Einzelunternehmen grundsätzlich Einkommensteuer, Gewerbesteuer und Lohnsteuer.
- Edition Progris hat im Berichtszeitraum 8 partiell geförderte Coachingtage im Rahmen des Programms CoachingBONUS erhalten (in Höhe von 7.200€). Außerdem hat Edition Progris Druckkostenzuschüsse für zwei Publikationen im Rahmen von Neustart Kultur erhalten (in Höhe von 16.300 €).
- Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet? Worin besteht der Eigennutzen an diesen Aktivitäten?
 - Der Verlag betrachtet seine Tätigkeiten als ehrenamtliches Engagement, da die Inhaberin keine Gewinne entzieht und ihre Arbeitszeit nicht honorieren lässt. Einnahmen werden, sofern sie erzielt werden, reinvestiert in die Herstellung weiterer Publikationen. Es wird lediglich ein Mitarbeiter im Rahmen eines Minijobs beschäftigt.
 - Der Verlag publiziert seine Bücher aus Überzeugung und Leidenschaft und im eigenen verlegerischen Risiko und nimmt keine Druckkostenzuschüsse von Autor*innen an. Somit wird aus unserer Hinsicht eine hohe Qualität der Inhalte gewährleistet, da wir nicht wie bei vielen anderen Verlagen der Fall, von sogenannten Dienstleistungsaufträgen motiviert sind.
- Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens?
 - Die Publikationen schaffen Bewusstsein, bilden kulturell und bewahren ein Stück Kultur und Zeitgeist.
- Wie stellt das Unternehmen sicher, dass illegitime Steuervermeidung oder Korruption und negativer Lobbyismus nicht begünstigt bzw. verhindert wird?
 - Edition Progris übt weder selbst Schwarzarbeit aus noch beauftragen wir Leistungen schwarz. Es bestehen keine Beziehungen zu Finanzinstituten außerhalb von Deutschland.

Verpflichtende Indikatoren

Umsatz im Berichtszeitraum 64318 € netto

Nettoabgabenquote, darin sollen folgende Beiträge eingerechnet werden:

- effektiv bezahlte Ertragsteuern (Einkommenssteuer, Körperschaftssteuer)
 - im Berichtszeitraum ca. 2 % des Umsatzes
- lohnsummenabhängige Steuern und Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitgeber
 - keine, da ehrenamtlich
- Summe der Lohnsteuer und SV-Beiträge der unselbstständig Beschäftigten
 - im Berichtszeitraum 5 % des Umsatzes
- abzüglich aller unternehmensbezogener Subventionen und Förderungen
 - Im Berichtszeitraum überstiegen die erhaltenen Förderungen die geleisteten Steuerzahlungen.

Diese Netto-Abgaben werden auf die ausgewiesene Wertschöpfung (Gewinn vor Steuern plus Fremdkapitalzinsen plus Einnahmen aus Mieten und Verpachtung) bezogen und ergeben damit die relative Netto-Abgabenquote.

Relative Nettoabgabenquote: 0 % (bei 550€ Verlust vor Steuern)

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an betrieblichem Nutzen dieser Leistungen (in Prozent des Umsatzes bzw. der Gesamtjahresarbeitszeit)

In Geldleistungen wurden ca. 520 h (ca. 70 % der Gesamtarbeitszeit) Arbeitszeit im Berichtszeitraum erbracht.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Die Anstellung des geringfügig Beschäftigten Mitarbeiters erfolgte zu Beginn des Berichtszeitraums.

Im Jahr 2020 hat Edition Progris erstmalig die ersten Druckkostenzuschüsse aus öffentlichen Mitteln erhalten.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E2 Negativaspekt: 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?

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

Berichtsfrage

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

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Ja, wir betreiben keinerlei Praktiken, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entziehen.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

E3 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?

- Die negativen Umweltwirkungen belaufen sich für den Berichtszeitraum auf 215 kg CO² entsprechend der tabellarischen Auflistung in den verpflichtenden Indikatoren.
- Die genauen Ansätze sind der tabellarischen Auflistung anbei zu entnehmen. Notiz: Die Produktion der Bücher wird von unseren Dienstleistern ausgeführt und wird daher in A3 behandelt. Die Zulieferwege werden größtenteils von unseren Kurierdienstleistern übernommen (siehe A3), nur ca. 10% der Lieferungen erfolgen durch uns direkt und sind hier erfasst. Hier kommen lediglich Verpackungen und Büroverbrauch zur Geltung. <https://tool.ecocockpit.de/login> <https://de.planetly.com>
- Welche Daten zu den wesentlichen Umweltwirkungen (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?
- U.g. Daten werden mit diesem Gemeinwohlbericht veröffentlicht.
- Wie werden Umweltdaten veröffentlicht?
- Auf der Website von edition progris – Unterseite „Gemeinwohlbilanz“ (wird veröffentlicht nach Publikation dieses Berichts).

Verpflichtende Indikatoren

Entsprechend dem Tätigkeitsfeld des Unternehmens sind relevante Umweltkonten zu berichten:

Die jeweiligen Messwerte sollten auf betrieblich relevante Kenngrößen umgelegt werden (z.B. kg CO₂ pro Mitarbeitendem oder bezogen auf den Umsatz). Die Bezüge können dann zur Überprüfung der Erreichung des Ziels „Reduzierung“ genutzt werden.

| | ERHEBUNG | | IN KG CO ₂ (Äquivalent) |
|--|----------|----------------|------------------------------------|
| | Menge | Einheit | |
| Ausstoß klimawirksamer Gase in kg | 0 | kg | 0,00 |
| Transporte (und dessen CO ₂ Äquivalent) in km bzw. kg | 0,008 | kg | 0,01 |
| Benzinverbrauch (und dessen CO ₂ Äquivalent) in Liter bzw. kg | 51 | l | 121,15 |
| Dieserverbrauch (und dessen CO ₂ Äquivalent) in Liter bzw. kg | 0 | l | 0,00 |
| Stromverbrauch (und dessen CO ₂ Äquivalent) in kWh bzw. kg | 0 | kWh | 0,00 |
| Gasverbrauch (und dessen CO ₂ Äquivalent) in kWh bzw. kg | 0 | | 0,00 |
| Heizenergie (in Bezug auf die jeweilige Durchschnittstemperatur) in kWh/°C | 550 | kWh | 88,00 |
| Betrieb der Website | 5,724 | kg | 5,72 |
| Verbrauch von Trink- und Regenwasser in m ³ | 0,52 | m ³ | |
| Chemikalienverbrauch (giftig, ungiftig) in kg | 0 | | |
| Papierverbrauch in kg | 18 | | |
| Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien in kg | 1 | | |
| Schadstoffemissionen in kg | 0 | | |
| | | | 214,89 |

Ansätze siehe Exceldatei

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Es wurde Ende 2021 auf eine Buchhandels-Auslieferung umgestellt, die niedrigere Auswirkungen bei der Belieferung von Buchhandlungen hat, da von ihnen danker der Bücherbox im B2B-Bereich unverpackt und in Sammellieferungen ausgeliefert wird
- Wechsel von Diesel-PKW auf Hybrid-PKW für Firmenfahrten.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Die automatische Pflanzung von Bäumen für Bewertungen von Vanovi Design über Google.

E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Berichtsfrage

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

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Ja, wir verstoßen nicht gegen Umweltauflagen bzw. belasten die Umwelt nicht unangemessen.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Berichtsfragen

- Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsguppen erfasst und in welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation, Zugänglichkeit für die Öffentlichkeit)?
 - Wir veröffentlichen das Herstellungsland und seit 2020 auch die Materialien und Chemikalien, die bei der Herstellung zum Einsatz kommen, im Impressum in allen Publikationen.
 - Über unsere Verlagskooperation lesen lokal sowie über Social Media veröffentlichen wir in unregelmäßigen Abständen vereinzelt Informationen (Making-Of-Videos, Texte) zu unserer Produktion und unseren Abstimmungen mit Kooperationspartnern im Blog.
- Wie können Bürger*innen in Dialog treten und gesellschaftliche Berührungsguppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?
 - Unsere Kontaktdaten sind öffentlich im Internet und in unseren Publikationen einsehbar und werden von engagierten Leser*innen auch regelmäßig in Anspruch genommen, um unsere recherchierten und gedruckten Informationen zu ergänzen und richtigzustellen.
 - Desweiteren stehen wir in persönlichem Kontakt zu Buchhändler*innen, die uns von Reaktionen und Feedback berichten und auch ihre eigene Meinung und Wünsche für weitere Publikationen schildern.

- Über Lesungen wird Dialog zwischen Autor*innen, Verlag und Öffentlichkeit zu den Themen unserer Publikationen gefördert.
- Bewertungen sind über die Plattformen Google MyBusiness, Facebook, Amazon und zahlreiche Literaturplattformen möglich und wir beantragen unsererseits keine Löschungen, sofern diese nicht Gewalt verherrlichen oder die Menschenwürde verletzen.
- Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?
 - Wir berücksichtigen in Abstimmung mit den Autor*innen Ergänzungen der Öffentlichkeit bei Neuauflagen unserer Publikationen und bei weiteren Publikationen zu ähnlichen Themen bzw. drucken im Ernstfall Errata (Beilagen, die mit Publikationen ausgeliefert werden).

Verpflichtende Indikatoren

- Veröffentlichung eines Gemeinwohlberichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung
- Erfolgt nach Audit.
- Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen (in % der relevanten Entscheidungen, je nach Mitbestimmungsgrad)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Für jedes Produkt soll die Lieferkette im Einzelnen aufgeführt werden und auf der Website veröffentlicht werden.

E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Berichtsfrage:

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

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Ja, wir verbreiten keine falschen Informationen über unser Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Ausblick

Kurzfristige Ziele

Welche kurzfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 1-2 Jahre)?

Edition Progris möchte als Mitglied der GWÖ das eigene Unternehmen nachhaltiger, kooperativer und inklusiver ausrichten. In der ersten Zeit geht es um das umfangreiche Verständnis der eigenen Auswirkungen in allen Geschäftsbereichen und auf alle Berührungsgrippen. Damit soll auch im nächsten Umfeld eine höhere Sensibilisierung für solche Themen erzielt werden.

Langfristige Ziele

Welche langfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 3-5 Jahre)?

Edition Progris möchte die Stellschrauben finden, mit denen die wirksamsten Veränderungen hin zu einem nachhaltigen Geschäftsbetrieb erzielt werden können und somit einen möglichst großen Beitrag zu einer zukunftsorientierten Wirtschaft leisten.

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

Im Mai 2014 stimmte der Ministerrat der EU einer Richtlinie zu, die noch in nationales Recht umzusetzen ist. Die offenzulegenden Informationen (obligatorisch ab 500 Mitarbeitenden) sind

- Beschreibung des Geschäftsmodells. Was ist der Zweck des Unternehmens, womit wird Nutzen gestiftet für Kunden, wodurch werden Gewinne erwirtschaftet.
- Welche Politiken verfolgt das Unternehmen, um die Einhaltung der gebotenen Sorgfalt in **Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelangen, zur Achtung der Menschenrechte und zur Bekämpfung von Korruption** zu gewährleisten?
- Was sind die primären Risiken der Geschäftsprozesse in diesen Bereichen?
- Was sind die primären Risiken der Geschäftsbeziehungen, Produkte und Dienstleistungen in diesen Bereichen?
- Wie werden diese Risiken gehandhabt? Mit welchen Ergebnissen?
- Offenlegung relevanter nicht-finanzieller Leistungsindikatoren

Wir verwenden den GWÖ-Berichtsstandard für die Erfüllung der non-financial-reporting-Vorgaben, weil der GWÖ-Berichtsstandard universell, messbar, vergleichbar, allgemeinverständlich, öffentlich und extern auditiert ist.

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)

Auditor: Thomas Uloth

Hospitierender GWÖ-Berater: Lubasch

Der GWÖ-Bericht wurde von der Inhaberin Lisa Vanovitch erarbeitet und formuliert.

Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?

Die Inhaberin Lisa Vanovitch hat dafür die Teilnahme an 6 Workshops wie auch die erforderliche Vor- und Nacharbeit aufgewendet. Insgesamt ca. 60h.

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

Die Mitarbeitenden erhalten nach dem Audit den aktuellen Stand und werden insbesondere in die Verbesserungspotenziale eingeführt, um ihnen ein Mitwirken an den Zielen zu ermöglichen.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Lisa Vanovitch', with a large, sweeping flourish extending to the right.

Datum: 27. Juni 2022