

ICN GmbH + Co. KG

Gemeinwohl-Bericht 2023 - 2024



ICN

...mit Sicherheit IT!

INHALTSVERZEICHNIS

ALLGEMEINE INFORMATIONEN ZUM UNTERNEHMEN 5

KURZPRÄSENTATION DES UNTERNEHMENS 6

DAS UNTERNEHMEN UND GEMEINWOHL 7

TESTAT 8

LIEFERANT*INNEN 9

A1 MENSCHENWÜRDE IN DER ZULIEFERKETTE 10

A1.1 MENSCHENWÜRDE IN DER ZULIEFERKETTE 10

A1.2 NEGATIV-ASPEKT: VERLETZUNG DER MENSCHENWÜRDE IN DER ZULIEFERKETTE 12

A2 SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT IN DER ZULIEFERKETTE 13

A2.1 SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT IN DER ZULIEFERKETTE 13

A2.2 NEGATIV-ASPEKT: AUSNUTZUNG DER MARKTMACHT GEGENÜBER LIEFERANT*INNEN 14

A3 ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT IN DER ZULIEFERKETTE 15

A3.1 ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT IN DER ZULIEFERKETTE 15

A3.2 NEGATIV-ASPEKT: UNVERHÄLTNISSMÄSSIG HOHE UMWELTAUSWIRKUNGEN IN DER ZULIEFERKETTE 16

A4 TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG IN DER ZULIEFERKETTE 17

A4.1 TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG IN DER ZULIEFERKETTE 17

EIGENTÜMER*INNEN, EIGENKAPITAL- UND FINANZPARTNER*INNEN 18

B1 ETHISCHE HALTUNG IM UMGANG MIT GELDMITTELN 19

B1.1 ETHISCHE HALTUNG IM UMGANG MIT GELDMITTELN 19

B2 SOZIALE HALTUNG IM UMGANG MIT GELDMITTELN 21

B2.1 SOZIALE HALTUNG IM UMGANG MIT GELDMITTELN 21

B2.2 NEGATIV-ASPEKT: UNFAIRE VERTEILUNG VON GELDMITTELN 22

B3 SOZIAL-ÖKOLOGISCHE INVESTITIONEN UND MITTELVERWENDUNG 23

B3.1 SOZIAL-ÖKOLOGISCHE INVESTITIONEN UND MITTELVERWENDUNG 23

B3.2 NEGATIV-ASPEKT: ABHÄNGIGKEIT VON ÖKOLOGISCH BEDENKLICHEN RESSOURCEN 24

B4 EIGENTUM UND MITENTSCHEIDUNG 25

B4.1 EIGENTUM UND MITENTSCHEIDUNG 25

B4.2 NEGATIV-ASPEKT: FEINDLICHE ÜBERNAHME 26

MITARBEITENDE UND ARBEITSPARTNER*INNEN 27

C1 MENSCHENWÜRDE AM ARBEITSPLATZ 28

C1.1 MENSCHENWÜRDE AM ARBEITSPLATZ 28

C1.2 NEGATIV-ASPEKT: MENSCHENUNWÜRDIGE ARBEITSBEDINGUNGEN 31

C2 AUSGESTALTUNG DER ARBEITSVERTRÄGE 32

C2.1 AUSGESTALTUNG DER ARBEITSVERTRÄGE 32

C2.2 NEGATIV-ASPEKT: UNGERECHTE AUSGESTALTUNG DER ARBEITSVERTRÄGE 33

C3 FÖRDERUNG DES ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITENDEN 34

C3.1 ÖKOLOGISCHES VERHALTEN DER MITARBEITENDEN 34

C3.2 NEGATIV-ASPEKT: ANLEITUNG ZUR VERSCHWENDUNG / DULDUNG UNÖKOLOGISCHEN VERHALTENS 35

C4 INNERBETRIEBLICHE MITENTSCHEIDUNG UND TRANSPARENZ 36

C4.1 INNERBETRIEBLICHE MITENTSCHEIDUNG UND TRANSPARENZ 36

C4.2 NEGATIV-ASPEKT: VERHINDERUNG DES BETRIEBSRATES 36

KUND*INNEN UND GESCHÄFTSPARTNER*INNEN 37

D1 ETHISCHE KUND*INNENBEZIEHUNGEN 38

D1.1 ETHISCHE KUND*INNENBEZIEHUNG 38

D1.2 NEGATIV-ASPEKT: UNETHISCHE WERBEMASSNAHMEN 41

D2 KOOPERATION UND SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN 42

D2.1 KOOPERATION UND SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN 42

D2.2 NEGATIV-ASPEKT: MISSBRAUCH DER MARKTMACHT GEGENÜBER MITUNTERNEHMEN 45

D3 ÖKOLOGISCHE AUSWIRKUNG DURCH NUTZUNG UND ENTSORGUNG VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN 46

D3.1 ÖKOLOGISCHE AUSWIRKUNGEN DURCH NUTZUNG UND ENTSORGUNG VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN 46

D3.2 NEGATIV-ASPEKT: BEWUSSTE INKAUFNAHME UNVERHÄLTNISSMÄSSIGER ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN 48

D4 KUND*INNEN-MITWIRKUNG UND PRODUKTTRANSPARENZ 49

D4.1 KUND*INNENMITWIRKUNG UND PRODUKTTRANSPARENZ 49

D4.2 NEGATIV-ASPEKT: KEIN AUSWEIS VON GEFAHRENSTOFFEN 50

GLOBALE GEMEINSCHAFT, NATUR UND LEBEWESSEN 51

ALLGEMEINE BESCHREIBUNG DER BERÜHRUNGSGRUPPE 52

E1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN 53

E1.1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN 53

E1.2 NEGATIV-ASPEKT: MENSCHENUNWÜRDIGE PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN 56

E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN 57

E2.1 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN 57

E2.2 NEGATIV-ASPEKT: ILLEGITIME STEUERVERMEIDUNG 59

E2.3 NEGATIV-ASPEKT: MANGELNDE KORRUPTIONSPRÄVENTION 59

E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN 60

E3.1 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN 60

E3.2 NEGATIV-ASPEKT: VERSTÖSSE GEGEN UMWELTAUFLAGEN SOWIE UNANGEMESSENE UMWELTBELASTUNGEN 62

E4 TRANSPARENZ UND GESELLSCHAFTLICHE MITENTSCHEIDUNG 63

E4.1 TRANSPARENZ UND GESELLSCHAFTLICHE MITENTSCHEIDUNG 63

E4.2 NEGATIV-ASPEKT: FÖRDERUNG VON INTRANSPARENZ UND BEWUSSTE FEHLINFORMATION 64

AUSBLICK 65

KURZFRISTIGE ZIELE 65

LANGFRISTIGE ZIELE 65

EU KONFORMITÄT: OFFENLEGUNG VON NICHT-FINANZIELLEN INFORMATIONEN (RICHTLINIE ZUR NICHTFINANZIELLEN BERICHTERSTATTUNG NACH 2014/95/EU) 65

BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ 66

ANHANG 67

ANHANG 1: ANMERKUNGEN ZU ANGABEN IM GWB-RECHNER 67

A LIEFERANT*INNEN 67

B EIGENTÜMER*INNEN, EIGENKAPITAL- UND FINANZPARTNER*INNEN 67

C MITARBEITENDE UND ARBEITSPARTNER*INNEN 67

D KUND*INNEN UND GESCHÄFTSPARTNER*INNEN 67

E GLOBALE GEMEINSCHAFT, NATUR UND LEBEWESSEN 67

ANHANG 2: LISTE DER ANLAGEN UND REFERENZEN 68

Allgemeine Informationen zum Unternehmen



Firmenname	ICN GmbH + Co. KG
Rechtsform	
Eigentum- und Rechtsform	GmbH + Co. KG
Website	www.icn.de
Branche	N - Administrative und unterstützende Dienstleistungen
Firmensitz	Dortmund, Deutschland
Bilanztyp	Kompaktbilanz nach Gemeinwohl-Matrix 5.0.1
Berichtszeitraum	01.01.2023 bis 31.12.2024
Gesamtanzahl der Mitarbeitenden	69 Personen
Vollzeitäquivalente	57 FTE
Saison- oder Zeitarbeitende	0 Personen
Umsatz	5.164.346 €
Jahresüberschuss	

(Diese Werte beziehen sich auf das letzte vollständige Geschäftsjahr 2024.)

Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen

Zugehörige Organisation	Sitz (Land)	Gehaltener Anteil (in %)
adcon Gesellschaft für EDV-Dienstleistungen/Beratung mbH	Deutschland	100

Kurzpräsentation des Unternehmens

Die ICN GmbH + Co. KG, das IT- (IT = Informationstechnik) und TK- (TK = Telekommunikation) Systemhaus mit Sitz im Dortmunder Technologiepark wurde 1991 gegründet und versteht sich als Anbieter von ganzheitlichen IT- und TK-Lösungen für kleine und mittelständische Unternehmen.

Wir sind überall dort im Einsatz, wo keine eigene IT-Abteilung vorhanden ist oder wo Unterstützung benötigt wird. Wir stellen ganzheitliche und maßgeschneiderte Lösungen (Hard- und Software) für eine vollständige IT zur Verfügung - von der Konzeption und Implementierung bis zum Betrieb. Unsere Maxime ist der sichere Betrieb Ihrer IT- und TK-Systeme. Mit unserem Service sorgen wir für einen umfangreichen Schutz Ihrer Daten und eine hohe Verfügbarkeit Ihrer Systeme und Anwendungen.

Die Schwerpunkte unseres Leistungsangebotes bilden die Konzeption, die Implementierung und der Betrieb von IT- und TK-Infrastrukturen für kleine und mittelständische Unternehmen und Organisationen. Beratung im Bereich der Informationssicherheit rundet unser Leistungsspektrum ab.

Aktuell sind 63 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für die ICN Gruppe tätig.

Kundenfokus

ICN fokussiert als Kunden hauptsächlich kleine und mittelständische Unternehmen und Organisationen mit bis zu 150 IT-Arbeitsplätzen. Bis zu dieser Organisationsgröße wird nach unserer Erfahrung in der Regel die Betreuung der IT- und TK-Systeme nicht selbst durchgeführt, sondern im Rahmen eines Outsourcings an externe Dienstleister vergeben. Hier setzt ICN mit ihrer Betriebsinfrastruktur und -organisation an und stellt den Kunden alle benötigten Leistungen für Aufbau und Betrieb ihrer IT- und TK-Infrastruktur zur Verfügung.

Für größere Kunden (Anzahl der IT-Arbeitsplätze 150 – 1.000) oder Unternehmen mit eigenem IT-Personal stellt ICN Werkzeuge für den IT- und TK-Betrieb (ICN IT-Manager) zur Verfügung und übernimmt Aufgaben, die vom internen IT-Personal nicht oder nicht vollständig durchgeführt werden.

In unserer Kommunikation verzichten wir auf geschlechtergerechte Sprache, da bei ICN der Mensch im Mittelpunkt steht - unabhängig von Nationalität, Religion, ethnische Herkunft, Weltanschauung oder sexuelle Orientierung.

Produkte / Dienstleistungen

Produkt / Dienstleistung	Anteil am Umsatz (in %)
Server (Software)	32
Endgeräte (Software)	20
Security	20
Endgeräte (Hardware)	8
Netzwerk	6
Intern/Prozesse/Sonstige	14

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Welchen Bezug hat Ihr Unternehmen zur Gemeinwohl-Ökonomie?

Von Lagerfeuerromantik und Gemeinwohlökonomie

Dieser Titel hat den Hintergrund, dass die Idee, die Gemeinwohlökonomie bei ICN einzubinden, an einem Lagerfeuer seinen Ursprung hat. Einer unserer Geschäftsführer saß mit Freunden eines abends am besagten Lagerfeuer, und haben über verschiedenste Dinge philosophiert. So ziemlich alle an dem Abend haben festgestellt, dass man so viel Gutes erreichen könnte, wenn man zum einen mehr Zeit hätte und zum anderen sich mit mehreren Leuten zusammentut. Irgendwann an dem Abend viel auch der Begriff der Gemeinwohlökonomie, womit sich unser Geschäftsführer dann im Nachgang auch immer weiter und intensiver mit beschäftigt hat.

Einige Zeit später ergab sich dann die Möglichkeit im Rahmen eines Projektes mit Unterstützung der Unternehmensberatung mit der wir schon sehr lange zusammenarbeiten, das Thema GWÖ zu implementieren. Dieses Projekt dauerte ca. 5 Monate, in denen wir in verschiedenen Projektphasen folgende Dinge angegangen sind:

- Ermittlung Status Quo, Festlegung von Gemeinwohl-Themen für ICN
- Entwicklung von Maßnahmen zur Umsetzung, Messbarkeit festlegen
- Sichtbarkeit, Kommunikationswege und Zielgruppen, Erprobung der Maßnahmen

Innerhalb des Projektes haben wir bereits einen guten Einblick in die GWÖ bekommen und wollten diese Einblicke Erkenntnisse auch nach Beendigung des Projektes weiterführen.

So haben wir anschließend ein Gemeinwohl-Team gegründet, welches um Ursprung aus 1-2 Mitarbeitenden aus jeder Abteilung bestand. Dies führen wir nun bereits seit Ende 2022.

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

Bereits zum Ende des Projektes haben wir einen Ist- und einen Soll-Zustand unserer Gemeinwohl-Aktivitäten erstellt. Unseren Soll-Zustand nennen wir gern auch „Wunschliste“ und ist u.a. durch Mitarbeiter-Umfragen entstanden, um ein besseres Gesamtbild einzuholen was die Prioritäten der Mitarbeitenden betrifft.

Daraus haben wir folgende Wünsche bzw. Projekte bisher umsetzen können:

- Zusammenarbeit mit AfB
- Sowohl Geldspenden als auch Mitarbeit durch Social Day bei der help and hope Stiftung,
- Müllsammeln organisiert (innerhalb von ICN)
- wassersparende Perlatoren eingesetzt wo möglich
- wir bieten 1 - 2x pro Jahr einen 6-wöchigen Sport-Kurs für die Mitarbeitenden an, an dem sie vor Ort teilnehmen können
- Blutspenden nun möglich während der Arbeitszeit (alle 3 Monate an der Uni möglich) Mitarbeitende werden dafür freigestellt
- Über Organspende informiert und Ausweise bereitgestellt
- Mülltrennung bei ICN wurde optimiert
- Konto bei der GLS Bank
- CO2-Fußabdruck wurde berechnet, versucht zu optimieren und anschließend Ausgleichszahlung an Wilderness International geleistet

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

Nina Hülsken
nina.huelsken@icn.de



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



Zertifikat: **Peerevaluation** **Gemeinwohl-Bilanz** **ICN GmbH + Co. KG**

M5.0 Kompaktbilanz **01.01.2023 bis 31.12.2024** **PG-Dortmund-2024**

zert. Begleiter*in **Tobias Daur** **Beate Petersen,** **Horst Hartmann** **Beteiligte Peergruppen Firmen**

- vivamimd – Ges. f. Präventivmedizin und Psychologie mbH, Dortmund
- samu architektur, Dortmund
- visibleRuhr eG, Dortmund
- CUNA Products GmbH, Dortmund

Wert	MENSCHENWÜRDIGKEIT	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berührungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 30 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 20 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 20 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 10 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 60 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: . / .	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 50 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 50 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 80 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 50 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 40 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 50 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 60 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 50 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 30 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 50 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 40 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 60 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 50 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 30 %
Zertifikat gültig bis 30.11.2027				BILANZSUMME: 451

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

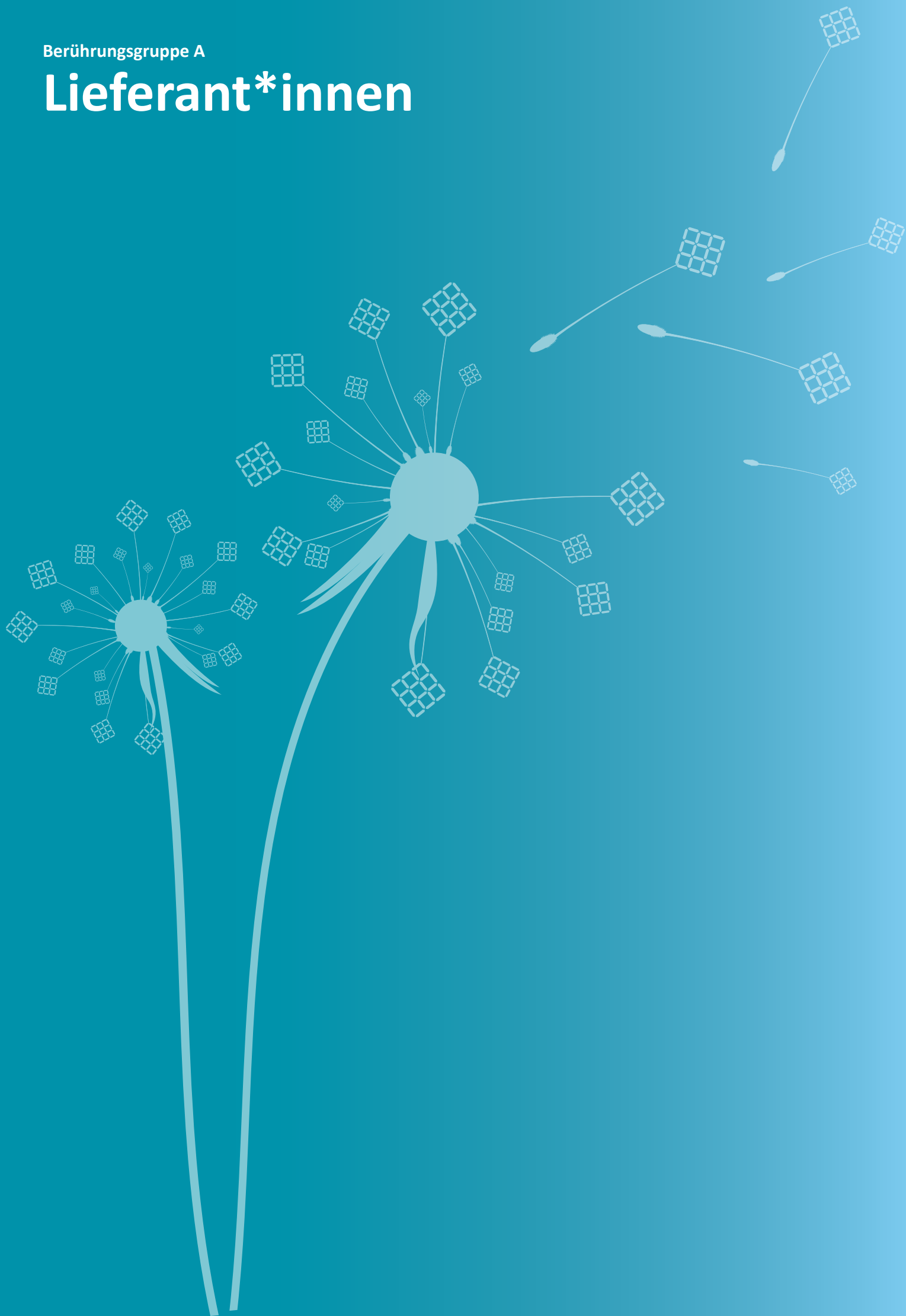
Hamburg, 25.11.2025

Gus Hagelberg and Markus Müllenschläder / Executive Directors
International Federation for the Economy for the Common Good e.V., VR 24207

INTERNATIONAL
FEDERATION
for the Economy for the Common Good e.V.

Berührungsgruppe A

Lieferant*innen



A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

A1.1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Berichtsfragen

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

Wir können bei unseren Lieferanten vier Hauptkategorien bilden:

- a) Klassische Distributoren und Onlinehändler zur Lieferung von Hardware im Sinne von Servern, Netzwerkkomponenten, Endgeräten, Peripherie, etc. von namhaften internationalen Herstellern wie z.B. HP und Fujitsu. In der Regel handelt es sich dabei um sehr große oder multinationale Unternehmen.
 - b) Dienstleister, die uns intern oder bei Kunden unterstützen, z.B. durch Software / Lizenzen von namhaften internationalen Herstellern/Anbietern wie Microsoft, ESET, N-Able, etc., Bereitstellung RZ Ressourcen und Rackspace durch Wortmann/Terra für den Betrieb unserer Server in deren RZ
 - c) Technische Dienstleistungen, die wir z.B. über unser „Partnerunternehmen“ Gratopp.IT beziehen
 - d) Lieferanten für Produkte, die wir nicht direkt für unsere Kunden benötigen, sondern die wir für den täglichen Betrieb und Ausstattung unseres Büros, und die Versorgung unsere Mitarbeitenden benötigen, sowie Veranstaltungen und Marketingmaterial
- In der Kategorie a) haben wir als KMU im Verhältnis zu unseren ungleich größeren Lieferanten und Herstellern wenig bis keinen Einfluss auf deren Produkte oder Leistungen. Die Umsätze in dieser Kategorie sind aber der absolut überwiegende Teil unserer Einkäufe.

Im Bereich der Software und Lizenzen (b), haben wir zwar wenig Risiken mit Rohstoffen oder Fertigung, aber für die Arbeitsbedingungen in den Unternehmen im Bereich der Softwareentwicklung können wir keine gesicherten Aussagen treffen.

Unser RZ-Partner, die WORTMANN AG in Hüllhorst (Terra Cloud) teilt folgende Fakten auf ihrer Internetseite:

1. Rechenzentren stehen in Deutschland
2. Die Muttergesellschaft des Betreibers ist in der EU geschäftlich aktiv
3. Firmensitz in Deutschland
4. Gerichtsstand in Deutschland
5. Betreiber teilt mit, wenn es Zugriff von Behörden auf die Daten gab oder gibt
6. Offenlegung, welche Drittanbieter in Anspruch genommen werden
7. Verstöße von Drittanbietern gegen deutsches Datenschutzrecht werden mitgeteilt
8. Vollständige, aktuelle Liste der eingesetzten Hard- und Software (EU-DSGVO konform)
9. Verträge nach deutschem Recht
10. Kundendaten befinden sich in einem privaten Netzwerk in der Cloud

All das sind unserer Meinung nach positive Faktoren, die die Basis für menschenwürdige Arbeitsbedingungen stellen, im Detail nachprüfen können wir dies natürlich nicht.

Die Cloud-Lösungen, die wir zum überwiegenden Teil von Microsoft beziehen, enthalten neben dem Energieverbrauch für den Betrieb der Cloud-Rechenzentren, auch eine erhebliche Hardware-Komponente für die Server und Netzwerkinfrastruktur in den Microsoft Rechenzentren. Hier gelten die gleichen Risiken hinsichtlich der Lieferkette, die auch bei unserem Hardware-Einkauf gelten. Microsoft stellt einige Nachhaltigkeitsberichte bereit (s. Anlagen und Referenzen).

Einer unser langjährigen Partner ist die Firma ESET. ESET wirbt mit dem Slogan „IT-Security - Made in EU“. Des weiteren lassen die angebotenen Benefits für die Mitarbeitenden darauf schließen, dass hier ebenfalls menschenwürdige Arbeitsbedingungen herrschen. Weitere Infos dazu in den Anlagen und Referenzen.

Unter Punkt c) haben wir die Gratopp.IT als Partner angegeben. Hier können wir mit 100%iger Sicherheit bestätigen, dass die Menschenwürde in jedem Fall gegeben ist, da wir nicht nur einen beruflichen, sondern in Teilen auch freundschaftlichen Kontakt pflegen.

Der letzte Punkt zu d) ist sehr bunt gemischt, deswegen gehen wir nur auf ein paar einzelne Lieferanten ein.

Lebensmittel kaufen wir selbst in dem nahegelegenen Rewe Markt ein. Das Mittagessen, welches wir für die Mitarbeitenden bezuschussen, ist ein regionaler Anbieter aus Dortmund, die sich ebenfalls sozial engagieren. Z.B. wird mit Unterstützung von Malteser International für jede eingegangene Bestellung ein Mittagessen für ein Schulkind im Südsudan gespendet.

Marketing Material bestellen wir sowohl über einen lokalen Partner in Dortmund, als auch über Flyeralarm. Beim lokalen Anbieter in Dortmund kennen wir die Arbeitsbedingungen und die grundsätzliche Einstellung zu derer Lieferkette und können so erstmal von menschenwürdigen Arbeitsbedingungen ausgehen.

Flyeralarm stellt einen eigenen Code of Conduct zur Verfügung sowie des weiteren eine eigene Seite, um ein Beschwerdeverfahren zum Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz einzureichen. Beides zu finden unter Referenzen und Anlagen.

Unser Büromobiliar ist von IKEA. IKEA stellt verschiedenste und sehr umfassende Infoseiten und Grundsatzserklärungen zu den Themen ethische Lieferkette, Menschenrechte, Diversität, Inklusion und weiteren Themen bereit. Damit es nicht zu unübersichtlich wird, haben wir lediglich den übergeordneten Link in die Anlagen und Referenzen verlinkt, dann muss man sich weiterklicken.

Die Auswahlkriterien unserer aktuellen Lieferanten können wir nicht mit Sicherheit benennen, viele davon sind langjährige Partner. Hier spielten in der Vergangenheit wahrscheinlich Kriterien wie kurzfristige Lieferfähigkeit, generelle Verfügbarkeit der benötigten Produkte bzw. Gesamtsortiment und Preisgefüge eine Rolle, aber mit Sicherheit auch die Zuverlässigkeit des Partners.

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

Wir als relativ überschaubares IT-Systemhaus haben keine Einfluss auf die großen Hersteller / Anbieter, bzw. auch keine großen Möglichkeiten der Überprüfung bzw. Evaluation. Teilweise sind wir auch von den Anbietern wie z.B. Microsoft aufgrund von Alternativlosigkeit abhängig, und hoffen, dass deren Aussagen und Bemühungen als „global Player“ einigermaßen der Wahrheit entsprechen.

Anteil der zugekauften Produkte/ Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen

2024	
Branche	Ausgaben (in €)
Ch - Produktion von elektronischen, optischen und sonstigen Geräten und Bauteilen sowie Computer	500.000
J - Information und Kommunikation	1.100.000
M - Freiberufliche, wissenschaftliche und technische Dienstleistungen	140.000
S - Andere Dienstleistungen	360.000
Übrige Lieferanten	0

2023	
Branche	Ausgaben (in €)
Ch - Produktion von elektronischen, optischen und sonstigen Geräten und Bauteilen sowie Computer	530.000
J - Information und Kommunikation	850.000
M - Freiberufliche, wissenschaftliche und technische Dienstleistungen	170.000
S - Andere Dienstleistungen	350.000
Übrige Lieferanten	0

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

2024 --> **20 %**

2023 --> **18 %**

(Schätzung, wird bisher nicht nachgehalten)

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Auswahlkriterien für Lieferant*innen definieren
- Kriterienkatalog und Gesprächsleitfaden für Befragung erstellen

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

Vertiefte Berichtsfragen

Welche Bereiche der Zulieferkette weisen eine besondere Gefährdung der Menschenwürde auf?

Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren und zu vermeiden?

Die Lieferanten für Hardware weisen mit Abstand das größte Risiko in der Lieferkette auf. Hier ist bei unseren direkten Vorlieferanten bzw. Distributoren weniger Risiko, aber bei den Herstellern und den Zulieferern der Hersteller. Die Herstellung von IT wird oft unter prekären Verhältnissen und wenig bis Arbeitnehmerrechten durchgeführt. Und in der Gewinnung der Rohstoffe gibt es wenig Möglichkeiten, eine Herkunft ohne Umweltzerstörung oder Verletzung der Menschenwürde zu gewährleisten. Insbesondere hier sind unsere Kontrollmöglichkeiten sehr gering.

Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch riskant sind

2024 --> **20 %**

2023 --> **20 %**

(Werte geschätzt.)

Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch unbedenklich sind

2024 --> **20 %**

2023 --> **20 %**

(Werte geschätzt.)

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Katalog von relevanten Informationen über Lieferant*innen definieren

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

A2.1 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Berichtsfragen

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

Wir wählen unsere Lieferanten grundsätzlich nicht primär nach dem günstigsten Preis, sondern nach der qualitativ hochwertigsten Leistung bzw. Produkt. Diese Auswahl, ist zwar kein sicheres Indiz für einen fairen Umgang, aber der Druck, schwächere Geschäftspartner auspressen zu müssen, ist geringer als bei primär kostenorientierten Lieferanten. Wir zahlen Rechnungen grundsätzlich pünktlich und innerhalb vereinbarter Ziele und erzwingen gegenüber Lieferanten keine unangemessenen Zahlungsziele. Den solidarischen Ansatz sehen wir immer wieder, wenn wir Partner oder Produkte, von deren Leistung wir überzeugt sind, intensiv weiterempfehlen, ohne dafür eine Provision oder sonstige Leistung zu erwarten. Neben Lebensmitteln, die unterschiedliche Öko- und Fairness-Siegel tragen, setzten wir u.a. Werbematerialien oder Give Aways ein, die über Nachhaltigkeits-Siegel oder Zertifizierungen verfügen.

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

Leider haben wir bisher eventuell vorhandene Risiken und Missstände nicht überprüft bzw. nicht ausreichend Gelegenheit und Kapazitäten gehabt. Insofern gab es bisher noch keine Sanktionen.

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

2024 --> **3 %**

2023 --> **2 %**

(Produkte mit Labels für Solidarität und Gerechtigkeit werden bisher ausschließlich im Bereich der Verpflegung für Mitarbeitende, Firmenkleidung und Büromaterialien eingesetzt. Im Kernbereich der IT-Branche gibt es wenige bis keine Produkte am Markt, die über solche Label verfügen und eine marktgängige Funktion/Leistung zeigen. Die Werte sind geschätzt.)

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

2024 --> **2 %**

2023 --> **2 %**

(Ein Auswahlkriterium ist das bisher nicht, wir sehen solidarisches und faires Handeln als selbstverständliche Grundlage für Lieferantenbeziehungen, haben dafür aber keine Kriterien geschaffen. Die Werte sind geschätzt.)

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Mehr Besuche bei Lieferant*innen und Partner*innen planen

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

Berichtsfrage

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

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

Wir als KMU IT-Unternehmen haben nicht die Relevanz am Markt, um in irgendeiner Form eine Marktmacht auszunutzen.

Im Bereich kleinerer Lieferanten und Dienstleister wird ein partnerschaftlicher Umgang gepflegt.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

A3.1 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

Berichtsfragen

Nach welchen Kriterien werden Rohware, Produkte und Dienstleistungen ausgewählt?

Rohwaren, Produkte und Dienstleistungen werden weitgehend nach rein fachlichen Anforderungen ausgewählt. Sehr oft gibt es fachlich wenig bis keine Alternativen zu den eingesetzten Produkten. Das gilt besonders im Bereich der Softwarelizenzen. Microsoft als Beispiele genannt, stellt einige Seite zum Thema Nachhaltigkeit bereit:

www.microsoft.com/de-de/berlin/nachhaltigkeit.aspx

www.microsoft.com/de-de/nachhaltigkeit/unsereverantwortung#start-ups-for-positive-impact

Unser Rechenzentrum Terra / Wortmann beschäftigt sich scheinbar bereits länger mit der Thematik. Eine Infoseite zum Thema Strom ist in den Anlagen und Referenzen zu finden.

Auch Flyeralarm als Lieferant für Werbematerialien bietet dazu auch einige Infos auf ihrer Seite an:

www.flyeralarm.com/de/i/unternehmen/verantwortung

Unsere Werbegeschenke, Firmenkleidung und sonstige Textilien beziehen wir seit gut 2 Jahren von der Agentur Dicke + Partner. Die Wahl haben wir aufgrund von Empfehlungen getroffen und weil es sich um einen lokalen Anbieter aus Dortmund handelt.

Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?

Ökologische Risiken werden nur pauschal betrachtet, so werden namhafte Hersteller gewählt, die zumindest im Ansatz (und im Marketing) versprechen, ökologische Auswirkungen zu minimieren. Eine tiefergehende Prüfung erfolgt bisher nicht.

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

Es werde im Ansatz folgende Kriterien berücksichtigt:

- Langlebigkeit
- Reparierbarkeit
- Kompatibilität
- keine Hinweise auf grobe ökologische Probleme
- lokale/regionale Anbieter (für unseren internen Einkauf)

Welche Unterschiede gibt es zum Wettbewerb hinsichtlich ökologischem Einkauf?

Wo die Unterschiede genau liegen, können wir derzeit nicht beurteilen. Aktuell ist es bei uns auch erstmal „nur“ die Erkenntnis, das wir uns hier wesentlich stärker aufstellen müssen und noch viel Luft nach oben ist. In den Köpfen ist es teilweise bereits verankert, muss aber noch professionalisiert werden.

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

2024 --> 5 %

2023 --> 3 %

(Werte geschätzt.)

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Informationen über Lieferant*innen sammeln
- Stromanbieter optimieren / wechseln / hinterfragen

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

Berichtsfrage

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

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

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Management-System einführen und Lieferant*innen systematisch erfassen, analysieren und bewerten

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

A4.1 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Berichtsfragen

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

In unserer Kategorie a (Teil A1.1) unserer Lieferkette haben wir keine Möglichkeit einen partizipativen Umgang zu fordern. Transparenz bezieht sich hier auch in der Regel auf rein geschäftliche Kriterien.

In den Kategorien b und c (Teil A1.1) versuchen wir einen transparenten und partizipativen Umgang leben und zu fördern, haben aber noch keine strukturierten Ansätze das zu prüfen und zu systematisieren.

In der Kategorie d (Teil A1.1) haben wir wahrscheinlich noch den größten Einfluss. Wenn uns hier Missstände auffallen, werden diese direkt angesprochen und um Lösungen oder Alternativen gebeten. Aber auch hier gibt es noch keine geregelte Systematik.

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

Bisher gibt es keine systematische Prüfung der Risiken. Wenn uns aber diesbezügliche Probleme bekannt werden, sprechen wir diese zunächst an und es darf natürlich nachgebessert werden. Wenn diese Risiken oder Missstände weiterhin bestehen und wir eine alternative Option haben, beenden wir auch Lieferantenbeziehungen.

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

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

2024 --> 5 %

2023 --> 4 %

(Werte geschätzt.)

Verbesserungspotenziale/Ziele

Mehr Besuche bei Lieferant*innen und Partner*innen planen

Regelmäßige Feedback-Gespräche mit wesentlichen Lieferant*innen und Partner*innen durchführen

Berührungsgruppe B

Eigentümer*innen, Eigenkapital- und Finanzpartner*innen



B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B1.1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Berichtsfragen

Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden überlegt?

Die ICN GmbH + Co.KG arbeitet in erheblichem Umfang mit Gesellschafterdarlehen, die über Rangrücktrittserklärungen eigenkapitalähnlichen Status besitzen. In der Vergangenheit wurde ein Großteil der Gewinne reinvestiert bzw. als Rücklagen im Unternehmen belassen. Ziel ist die Schaffung einer soliden Rücklage, um Wachstum bzw. Jahre mit operativen Verlusten aus eigener Kraft zu bewältigen.

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

Finanzierungen durch Berührungsgruppen wurde bisher nur in Form von Eigenkapitalerhöhungen der geschäftsführenden Gesellschafter realisiert. ICN hat Konten sowohl bei der Dortmunder Volksbank als auch bei der GLS Bank. Zu dem haben wir bei beiden Banken Genossenschaftsanteile. Bei der Auswahl unserer Banken stand für uns immer der lokale Bezug und die persönliche Zusammenarbeit mit Menschen im Vordergrund.

Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken verringert werden?

Die letzten ca. 10 Jahre haben wir keine Kredite beansprucht abgesehen auf einen kurzfristigen Kredit mit einer Laufzeit von drei Jahren für den Zukauf eines Geschäftsfeldes. Die Freiheit, eigene Entscheidungen treffen zu können und unabhängig zu sein, stand bei ICN schon immer im Fokus. Zielsetzung ist es ohne konventionelle Kredite für das operative Geschäft auszukommen. Organisches Wachstum wird grundsätzlich aus erzielten Gewinnen bewältigt.

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

Die **Dortmunder Volksbank** als Genossenschaftsbank ist eine Wertegemeinschaft, in der die Mitglieder, die Region und ein nachhaltiges Geschäftsmodell im Fokus stehen. Nachfolgend die wichtigsten Punkte, die die Dortmunder Volksbank als Genossenschaftsbank so besonders machen:

- **Mitgliedschaft und Eigentümerprinzip:** Die Bank gehört ihren Mitgliedern, die durch den Kauf von Genossenschaftsanteilen zu Miteigentümern werden. Das bedeutet, die Kunden sind nicht nur Kunden, sondern auch Teilhaber der Bank.
- **Demokratische Mitbestimmung:** Jedes Mitglied hat unabhängig von der Anzahl seiner Geschäftsanteile eine Stimme bei der Vertreterversammlung. Dort wird unter anderem über die Verwendung des Gewinns und die Besetzung der Kontrollgremien entschieden. Dieses demokratische Prinzip stellt sicher, dass die Interessen der Mitglieder im Vordergrund stehen.
- **Förderauftrag:** Das gesetzlich verankerte Hauptziel der Genossenschaftsbank ist die Förderung ihrer Mitglieder. Das bedeutet, die Interessen der Mitglieder stehen vor der reinen Gewinnmaximierung.
- **Regionalität:** Die Dortmunder Volksbank ist stark in der Region verwurzelt. Sie engagiert sich in sozialen, kulturellen und ökologischen Projekten vor Ort und trägt zur Stärkung der regionalen Wirtschaft bei. Die Nähe zu den Kunden und die Kenntnis des lokalen Marktes sind dabei von großer Bedeutung.
- **Werteorientierung:** Die Bank orientiert sich an genossenschaftlichen Werten wie Fairness, Transparenz, Solidarität und Partnerschaftlichkeit. Diese Werte prägen nicht nur den Umgang mit Kunden, sondern auch die Unternehmenskultur.
- **Dividendenbeteiligung:** Als Miteigentümer werden die Mitglieder in der Regel am wirtschaftlichen Erfolg der Bank beteiligt und erhalten jährlich eine Dividende auf ihre Geschäftsanteile.

Die **GLS Bank** ist eine Genossenschaftsbank mit einem sehr speziellen und konsequenten Fokus, der sie von den meisten anderen Banken abhebt. Ihre Besonderheit liegt in der strikten Ausrichtung auf soziale und ökologische Nachhaltigkeit in allen Geschäftsbereichen. Hier sind die wichtigsten Punkte, die die GLS Bank so besonders machen:

- **Radikale Transparenz:** Die GLS Bank veröffentlicht offen, in welche Projekte sie das Geld ihrer Kunden investiert. Kunden können genau nachvollziehen, welche Kredite mit ihren Einlagen finanziert werden, beispielsweise im Bereich erneuerbare Energien, bezahlbarer Wohnraum, Bio-Landwirtschaft oder freie Bildung.
- **Strenge Anlagekriterien:** Die Bank hat detaillierte und strenge Positiv- und Negativkriterien für ihre Finanzierungen. Sie schließt konsequent Investitionen in Bereiche wie Rüstung, Atomkraft, fossile Energieträger, Massentierhaltung oder spekulative Finanzprodukte aus. Stattdessen fördert sie gezielt Projekte, die dem Wohl von Mensch und Natur dienen.
- **Wirkungsorientierung:** Im Gegensatz zu traditionellen Banken, bei denen die Gewinnmaximierung im Vordergrund steht, ist das primäre Ziel der GLS Bank die sozial-ökologische Wirkung ihrer Geschäfte. Der finanzielle Erfolg wird als Folge dieses Handelns betrachtet, nicht als dessen Zweck.
- **Mitgliederorientierung und Genossenschaftsgedanke:** Ähnlich wie andere Genossenschaftsbanken gehört die GLS Bank ihren Mitgliedern. Diese haben ein Stimmrecht und können aktiv an der Gestaltung der Bank mitwirken.
- **Engagement über das Bankgeschäft hinaus:** Die GLS Bank engagiert sich auch politisch, beispielsweise durch Forderungen nach einer CO₂-Abgabe oder einem Wandel des Finanzsystems. Sie sieht sich als aktiver Gestalter des gesellschaftlichen Wandels.
- **Spezifische Angebote:** Die Bank bietet neben den üblichen Bankprodukten auch spezielle Angebote wie nachhaltige Geldanlagen, die Möglichkeit zu schenken (GLS Treuhand) oder sich per Crowdfunding an nachhaltigen Unternehmen zu beteiligen.

Zusammenfassend kann man sagen, dass die GLS Bank nicht einfach nur eine Bank ist, die „ein bisschen nachhaltig“ agiert. Ihr gesamtes Geschäftsmodell ist konsequent auf Nachhaltigkeit und ethische Kriterien ausgerichtet, was sie zu einem Pionier in der Branche der nachhaltigen Banken macht.

Eigenkapitalanteil

2024 --> **36,7 %**

2023 --> **34,69 %**

Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche

2024 --> **30,6 %**

2023 --> **31,2 %**

(KfW-Mittelstandspanel 2023 und 2024 - KMU Durchschnitt ohne Branchenbezug)

Fremdkapitalanteil

2024 --> **8,1 %**

2023 --> **0 %**

(0 = keins)

Finanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart

--

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Beteiligungen von Mitarbeitenden, Lieferant*innen, Kund*innen und weiteren Interessensgruppen ermöglichen

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B2.1 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Berichtsfragen

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

Erschließung neuer Märkte: Seit gut 2 Jahren lenken wir unserer Fokus verstärkt in Richtung Gesundheitsbranche bzw. Health-care. Bereits vorher betreuten wir schon Kunden dieser Branche, diese deckten im Berichtszeitraum allerdings nur einen Umsatzanteil von ca. 10% ab. Der zukünftig angestrebte Fokus auf speziell diese Branchen zielt auf unsere Unternehmensstrategie sowie Werteorientierung ab. Die Förderung einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit Unternehmen aus nachhaltigen und gesellschaftlich verantwortungsbewussten Branchen ist ein elementarer Bestandteil davon. Der Zukauf (2024/2025) eines IT-Dienstleisters aus dem Bereich Healthcare (u.A. medizinische und industrielle digitale Bildverarbeitung) ist eine der wesentlichsten Zukunftsausgaben.

Des weiteren haben wir bereits 2023/2024 einen anderen IT-Dienstleister aus dem Bereich Storage, Server und Backup übernommen, Infos unter nachfolgendem Link: www.icn.de/uebernahme-adcon-gmbh

Die **Gewinnung neuer Kund*innen** ist eine wünschenswerte Konsequenz der Verstärkung unserer Fokussierung.

Die **Verbesserung von Produkten und Dienstleitungen** ist eine kontinuierliche Weiterentwicklung, welche eine „Muss“ ist für eine Unternehmen aus der IT-Branche. Zudem haben wir im Berichtszeitraum viel Zeit in die Ausarbeitung und Implementierung verschiedener interner Prozesse investiert. Ihre Entwicklung soll zukünftig das reibungslose, wirtschaftliche und nachhaltige Funktionieren des gesamten Unternehmens unterstützen.

In der Regel stellen wir in jedem Jahr zwei Auszubildene ein und investieren dadurch in die **Personalausbildung**. Unsere Mitarbeitenden nehmen selbstverständlich an **Weiterbildungen** teil, die sie entweder selbst ausgewählt haben oder ihnen alternativ angeboten bzw. von Führungskräften empfohlen werden.

Durch den intensiven Wachstum, den ICN in den letzten 2 Jahren erlebt hat, haben wir unsere Bürokapazitäten aufgestockt und im Berichtszeitraum eine weitere Etage in unserem Bürogebäude angemietet. Diese **Erweiterungsinvestitionen** waren für weiteren Wachstum also absolut notwendig.

Wie bereits unter B1.1 berichtet, wurde in der Vergangenheit ein Großteil der Gewinne reinvestiert bzw. als Rücklagen im Unternehmen belassen. Ziel ist die Schaffung einer soliden Rücklage, um Wachstum bzw. Jahre mit operativen Verlusten aus eigener Kraft zu bewältigen. Unsere getätigten und teilweise hier aufgeführten Zukunftsausgaben konnten durch diese Rücklagen abgedeckt werden.

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

Die Ansprüche bzw. die Ziele, die die Eigentümer stellen, sind die langfristigen Partnerschaften mit „gesunden“ Kunden und Branchen und die Zukunftssicherung durch werteorientiertes Wachstum.

ICN verfolgt eine werteorientierte Unternehmensstrategie, die wirtschaftlichen Erfolg mit gesellschaftlicher Verantwortung und nachhaltigem Wachstum verbindet. Unser Ziel ist es, als wirtschaftlich unabhängiges, zukunftsfähiges und sozial verantwortliches Unternehmen zu agieren, das sich an klaren Prinzipien orientiert. Die wirtschaftliche Unabhängigkeit ist essenziell, um flexibel auf Marktveränderungen reagieren zu können. Wir setzen auf nachhaltige Finanzplanung und stabile Rücklagen.

Darüber hinaus werden keine Ansprüche an Kapitalerträge gestellt.

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit

--

Gesamtbedarf Zukunftsausgaben

2024 --> **103.036,99 €**

2023 --> **115.310,77 €**

(Hochrechnung/Schätzung aus verschiedenen Abteilungen)

Getätigte/r strategischer Aufwand/ strategische Ausgaben

kann nicht benannt werden

Anlagenzugänge

2024 --> **723.544,09 €**

2023 --> **10.081 €**

Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn)

--

Auszuschüttende Kapitalerträge

--

Auszuschüttende Kapitalerträge in % vom Stamm- oder Grundkapital

--

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

- Implementierung Projektmanagement
- Implementierung Vertriebscontrolling
- Weiterentwicklung Servicemanagement
- Weiterentwicklung Unternehmensstrategie und Werte

B2.2 Negativ-Aspekt: Unfaire Verteilung von Geldmitteln

Berichtsfrage

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

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

Wir als ICN können bestätigen, dass die Verteilung von Geldmitteln trotz stabiler Gewinnlage fair erfolgt.

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

B3.1 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Berichtsfragen

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

In den letzten Jahren war immer mal wieder im Gespräch, inwiefern es Möglichkeiten gibt, das Dach des ICN Gebäudes bzw. auch andere Gebäude-Teile mit einer Photovoltaik Anlage ausstatten zu lassen. Das gestaltete sich immer etwas schwierig, weil zum einen das Gebäude nicht ICN gehört, die Dachfläche fremdvermietet ist (Antennenanlage) und auch noch eine Hausverwaltung mitreden darf/kann/muss.

Seit letztem Jahr ist aber das Thema „Balkonkraftwerk“ im Gespräch, oder auch Photovoltaik für die Fassade. Beide Möglichkeiten werden aktuell geprüft. Wenn dieses Projekt mal umgesetzt ist, würden wir im nächsten Schritt auch die Möglichkeit von Wallboxen am bzw. in der Nähe des Gebäudes prüfen. Bei Neuanschaffung von ICN Fahrzeugen würden wir zukünftig auf E-Fahrzeuge umsteigen.

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

In erster Linie würden wir dafür Eigenmittel nutzen. Inwiefern zu einem späteren Zeitpunkt es nochmal eine Förderung für PV-Anlagen gibt, wäre dann zu prüfen wenn dies relevant für uns wird.

Welche Investitionen wurden/werden konkret vorgenommenen?

Smart Home Technik

- Automatisierung der Heizungsregelung in den Büroräumen. Z.B. wenn die Fenster offen sind, regelt sich die Heizung automatisch runter.

Unterstützung nachhaltiger Mobilität der Mitarbeitenden

- JobRad Leasing (Bezuschussung durch ICN)
- Deutschlandticket

Berechnung CO2 Fußabdruck

- mit dem Tool „Eco Cockpit“ haben wir vor 2 Jahren unseren CO2 Fußabdruck berechnet

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

Wahl der GLS Bank als „Zweitbank“ zur Dortmunder Volksbank

GLS Crowd wird regelmäßig besucht um nach passenden Projekten zu schauen. Zukünftig soll hier zusätzlich investiert werden.

Realisierung der ökologischen Investitionen

kann nicht benannt werden bzw. haben wir nicht

Finanzierte Projekte

kann nicht benannt werden bzw. haben wir nicht

Fonds-Veranlagungen

kann nicht benannt werden bzw. haben wir nicht

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

Berichtsfrage

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

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

Wir als ICN können bestätigen, dass unser Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut.

B4 Eigentum und Mitentscheidung

B4.1 Eigentum und Mitentscheidung

Berichtsfragen

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

Drei der vier Eigentümer arbeiten aktiv im Unternehmen mit:

- Peter Hanseemann (Geschäftsführung)
- Heiko Hähnel (Geschäftsleitung / Prokurist / Technischer Leiter)
- Bilal Aksu (Mitarbeiter)

Der vierte Miteigentümer ist sowohl in der Kundenrolle als auch Beobachter bzw. Berater (JJ Beteiligungsgesellschaft). Jeder der vier Eigentümer verfügt über den gleichen Anteil.

ICN ist eine GmbH + Co.KG, daraus ergeben sich die entsprechenden Rechte und Pflichten. Die Haftungen sind durch die GmbH beschränkt auf 50.000€.

Damit die Kontrolle nicht an eine fremde GmbH fällt, sind die Gesellschafter von ICN dieselben Personen, die auch als Kommanditisten in der KG auftreten. Die Gesellschafter steuern alles über ihre Position als Kommanditisten und GmbH-Gesellschafter.

Die Gesellschafterstruktur „GmbH = Komplementärin, ihre Gesellschafter = zugleich Kommanditisten, sorgt dafür, dass Haftung minimiert, aber Macht und wirtschaftlicher Erfolg bei denselben Personen bleiben.

ICN hat ein hohes Eigenkapital hinterlegt. So sind wir in der Lage, strategische Entscheidungen freier treffen zu können, ohne sich strengen Auflagen von Kreditgebern unterwerfen zu müssen oder auch umsatzschwächere Zeiten aus eigener Kraft zu bewältigen.

Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?

Die Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung ergibt sich durch die Arbeit der Gesellschafter.

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

Durch regelmäßige JourFixe bleiben alle Gesellschafter auf dem aktuellen Stand. Vierteljährlich findet unter den Gesellschaftern eine Abstimmung zu aktueller Strategie und Geschäftsverlauf statt.

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

In den letzten Jahren ist die Eigentümer*innenstruktur unverändert. Es wurde frühzeitig (2011) die „Unternehmensnachfolge“ geregelt.

Wir arbeiten zudem durchgängig daran, Führungskräfte innerhalb der ICN Mannschaft zu entwickeln und so langfristig und zukunftsicher die Unternehmensnachfolge zu sichern, so dass diese nicht fremdvergeben wird.

Unser Wunsch oder Ziel für ICN ist es, dass die Eigentümer*innenstruktur immer einen Bezug zu ICN hat, im besten Fall durch langjährige Mitarbeitende. Wir sind davon überzeugt, dass die Eigentümerschaft von langjährigen Mitarbeitern das Unternehmen von innen heraus stärkt. Es wandelt die Mitarbeiter vom reinen Angestellten zum aktiven Mitgestalter und sichert so den langfristigen Erfolg und die Stabilität des Unternehmens.

Verteilung des Eigenkapitals in folgenden Kategorien (Eigenkapitalstruktur in %) Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

2024	
Eigentümer	Anteil (in %)
Unternehmer*innen	25
Führungskräfte	25
Mitarbeitende	25
Kund*innen	
Lieferant*innen	
weiteres Umfeld	
nicht mittätige Kapitalinvestor*innen	25
Summe	100

2023	
Eigentümer	Anteil (in %)
Unternehmer*innen	25
Führungskräfte	25
Mitarbeitende	25
Kund*innen	
Lieferant*innen	
weiteres Umfeld	
nicht mittätige Kapitalinvestor*innen	25
Summe	100

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

- Überarbeitung ICN Leitbild und Strategie

B4.2 Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahme

Berichtsfrage

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

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

Wir als ICN können bestätigen, dass unsererseits keine feindlichen Übernahmen erfolgt sind.

Berührungsgruppe C

Mitarbeitende und Arbeitspartner*innen



C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

C1.1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Berichtsfragen

Wie kann die Unternehmenskultur im Unternehmen beschrieben werden?

ICN ist ein Unternehmen, das bestrebt ist gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen (Bsp.: Social Day), mit loyalen Mitarbeitenden, teilweise mit einer fast 20-jährigen Betriebszugehörigkeit. Wir bringen unseren Mitarbeitenden Vertrauen entgegen und geben ihnen den Freiraum, sich zu entfalten und Verantwortung zu übernehmen. Mitarbeitende in unserem Unternehmen können sich persönlich entwickeln und mitgestalten. Sie können ihre Ideen einbringen und somit Unternehmer im Unternehmen sein. Wir sind ein dynamisch wachsendes Unternehmen. Seit unserer Gründung sind wir stetig gewachsen – von einem kleinen Team zu einer starken Gemeinschaft mit über 60 Mitarbeitenden. Dieses Wachstum ist kein Zufall, sondern das Ergebnis einer klaren Ausrichtung und einer gelebten Kultur der Zusammenarbeit. Außerdem ist ICN ein sicherer Arbeitsplatz (wirtschaftlich stark aufgestelltes Unternehmen). (siehe auch www.icn.de/karriere und www.icn.de/karriere/werte-leitbild)

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

Wir arbeiten mit Prävent und Preveo zusammen, die unsere Partner sind im Rahmen von Gesundheitsvorsorge, Arbeitssicherheit und -Schutzmaßnahmen. Es finden mehrmals im Jahr Arbeitssicherheitsausschusssitzungen statt mit unserem Partner, um Regularien einzuhalten und uns über aktuelle Themen beraten zu lassen. Im Rahmen der Gesundheitsförderung nehmen wir zudem jährlich an der Team Walk Tour teil und organisieren Gesundheitskurse, bei denen ein Trainer zu uns ins Haus kommt und mit den Mitarbeitenden trainiert. Wir bieten unseren Mitarbeitenden zudem eine betriebliche Zusatzkrankenversicherung, regelmäßige Vorsorgetermine (alle 2 Jahre möglich bei unserem Partner Prävent), eBike Bezuschussung mit 10%, private Unfallversicherung, Bezuschussung der Arbeitsplatz-Brille und eine private Unfallversicherung. Des weiteren sind unsere Arbeitsplätze alle mit höhenverstellbaren Schreibtischen sowie ergonomischen Bürostühlen ausgestattet. Diese Maßnahmen werden nicht evaluiert.

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

Hierzu gibt es bei ICN kein Konzept. Grundsätzlich stellen wir Menschen nach Ihrer Motivation für ICN zu arbeiten und Ihrer Kompetenz ein, da wir den Menschen betrachten unabhängig von Nationalität, Religion, ethnische Herkunft, Weltanschauung oder sexuelle Orientierung.

Unser Umgang miteinander ist geprägt durch gegenseitige Rücksichtnahme. Alle ICN-Mitarbeitende stehen füreinander ein, bieten Hilfe an und können Hilfe annehmen. Jeder schafft durch sein Verhalten die Basis für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit. Mitarbeitende in unserem Unternehmen können sich persönlich entwickeln und mitgestalten. Sie können ihre Ideen einbringen und somit Unternehmer im Unternehmen sein. ICN-Ziele und ICN-Werte sind jedem bekannt, werden gemeinsam getragen und nach Innen und Außen vertreten.

Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit

2024 --> **4,74 Jahre**

2023 --> **5,25 Jahre**

(Niedrige Betriebszugehörigkeit, da wir in den letzten 5 Jahren gewachsen sind (2020: 40 MA, 2024: 60))

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

keine Angabe möglich, da das nicht erfasst wird

Gesundheits-/ Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung)

2024	
Altersgruppe	Gesundheits-/ Krankenquote (in %)
wird nicht erfasst	8,6

2023	
Altersgruppe	Gesundheits-/ Krankenquote (in %)
wird nicht erfasst	7,5

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

2024 --> **0 Tage**

2023 --> **0 Tage**

(wird nicht erfasst)

Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle

2024	
Unfallart / Ausmaß	Anzahl
Schnitte am Finger	2
Gestolpert und Fuß verstaucht	1
Schmerzen nach Firmenfußballturnier	1
Kopf gestossen	1

2023	
Unfallart / Ausmaß	Anzahl
verschiedene kleine Schnitte	4

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

2024	2023
Schwerbehinderung = 1,4 %	Schwerbehinderung = 1,4 %
Alter:	Alter:
<25 = 11,6%	<25 = 10,6%
25 - <35 = 26,1 %	25 - <35 = 27 %
35 - <45 = 27,5 %	35 - <45 = 26,3 %
45 - <55 = 14,5 %	45 - <55 = 15,4 %
55 - <65 = 11,6 %	55 - <65 = 12 %
>=65 = 8,7 %	>65 = 8,7 %
Geschlecht:	Geschlecht:
28,89 % weiblich	29,2 % weiblich
71,11% männlich	70,8% männlich

(Andere Dimensionen erfassen wir nicht)

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

2024	
Angebot und Inhalt	Stunden pro Mitarbeitenden
B2Run Dortmund (Firmenlauf)	
Team Walk Tour (Firmenwanderung)	
Fitnesskurs durch upletics	
Seminar zu gesunder Ernährung (Prävent)	

B2RUN DORTMUND



2023	
Angebot und Inhalt	Stunden pro Mitarbeitenden
B2Run Dortmund (Firmenlauf)	
Vorbereitung B2Run durch upletics (Laufkurs)	
Team Walk Tour (Firmenwanderung)	
Anti-Stress Seminar (Prävent)	

TEAM WALK TOUR



Durchschnittliche Karenzdauer von Müttern

2024 --> **24 Monate**

2023 --> **24 Monate**

(erheben wir nicht, die meisten sind bislang 2 Jahre in Elternzeit gegangen)

Durchschnittliche Karenzdauer von Vätern

2024 --> **0 Monate**

2023 --> **0 Monate**

(erheben wir nicht, da bisher nicht in Anspruch genommen)

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Unsere Maßnahmen zur betrieblichen Gesundheitsförderung und zum Arbeitsschutz erfassen (Stunden / Jahr / Mitarbeiter)
- Einrichtung eines internen Talentpools

C1.2 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Berichtsfrage

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

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

Wir als ICN können bestätigen, dass wir keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllen, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen würden.

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

C2.1 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfragen

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

Durch Vergleich der Durchschnittsgehälter vergleichbarer Unternehmen (Branche, nicht tarifgebunden, Unternehmensgröße, u.ä.) stellen wir sicher, dass alle unsere Mitarbeitenden einen dementsprechenden Verdienst erhalten. Inflationsausgleichsprämie wurde in den Jahren 2022 - 2024 jährlich gezahlt.

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

Für unsere Auszubildenden gibt es ein zusätzliches Provisionsmodell, je mehr externe Stunden (Stunden beim Kunden) sie leisten, desto höher die Provision. Für Festangestellte: im Rahmen der Personalgespräche verhandeln Mitarbeitende ihre Gehälter, anhand erbrachter Leistungen und Zukunftsperspektiven.

Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt?

Arbeitszeiterfassung wird digital über ein HR-Managementsystem (Personio) erfasst. Es finden wöchentliche Abteilungssitzungen u.a. zur Reflexion von Arbeitslasten und Verteilung statt, hier werden auch Aufgaben priorisiert und damit besser verteilt. Wir haben flexible Arbeitszeiten innerhalb der Kernarbeitszeit ohne fixe Präsenzpflcht mit Ergebnisorientierung.

Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?

Grundsätzlich sind die Mitarbeitenden dazu angehalten, die Sollarbeitszeit einzuhalten. Aufgrund des Kunden- und Projektgeschäfts kann diese nicht immer eingehalten werden. Die Überstunden werden in der Regel in Zeit ausgeglichen oder ausgezahlt. Die HR Abteilung kümmert sich um die Einhaltung des Arbeitszeitgesetzes.

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

Wir haben ein Gemeinwohl-Team und den jährlich stattfindenden Social Day. Bei sozialen, ehrenamtlichen Aktionen, die vom Unternehmen organisiert werden, werden die Mitarbeitenden freigestellt (bezahlt). Dazu bieten wir flexible Arbeitszeitmodelle, insbesondere für Eltern oder bei Pflege von Familienangehörigen etc.

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

Gleitzeit: Mitarbeitende bestimmen Beginn/Ende ihres Arbeitstags selbst, die Kernarbeitszeit sollte dabei jedoch berücksichtigt werden. Ein Arbeitszeitkonto mit selbstbestimmten Auf- und Abbau, sofern Arbeitspensum dies zulässt wird dazu geführt. Mobiles Arbeiten: Das mobile Arbeiten wird bei ICN sehr flexibel gelebt. Man kann dadurch z.B. auch Facharzttermine schneller wahrnehmen, aufgrund dessen, dass man Termine auch im Vormittags-Bereich vereinbaren kann. Die dadurch verpasste Zeit kann flexibel nachgeholt werden, oder man nutzt sein Gleitzeitkonto.

Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?

Teilzeit, Gleitzeit, mobiles Arbeiten, Workation, Elternzeitfreundliche Modelle

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

Flexible Arbeitszeit- und Ortgestaltung, Angebote zur Gesundheitsförderung (z. B. Vorsorgetermine, Sportstunden), keine Rufbereitschaft, kein Firmenhandy (wenn Feierabend - dann Feierabend!) Jährliches Sommerfest und Weihnachtsfeier, spontane After-Work Treffen zum grillen, Pizza Essen, Dart spielen, Karaoke, Nintendo (alles bei ICN vor Ort)...

Höchstverdienst

Wir haben uns dazu entschlossen, lediglich die Innerbetriebliche Spreizung anzugeben, da dies der für uns relevanteste Faktor ist.

Mindestverdienst

Wir haben uns dazu entschlossen, lediglich die Innerbetriebliche Spreizung anzugeben, da dies der für uns relevanteste Faktor ist.

Innerbetriebliche Spreizung (Verhältnis Höchst- zu Mindestverdienst)

2024 --> **1 : 3,89**

2023 --> **1 : 3,89**

(Der Mindest- und Höchstverdienst hat sich in den beiden Jahren nicht geändert.)

Medianverdienst

2024 --> **3.200 €**

2023 --> **3.165 €**

Standortabhängiger "lebenswürdiger Verdienst" (für alle Betriebsstandorte)

leider keine Angabe möglich

Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z.B. 38 Stunden)

2024 --> **40 Stunden**

2023 --> **40 Stunden**

Tatsächlich geleistete Überstunden

2024 --> **439,88 Stunden**

2023 --> **490,56 Stunden**

(2024: 439,88 Stunden (auf 31 MA verteilt) / 2023: 490,56 Stunden (auf 37 MA verteilt))

C2.2 Negativ-Aspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfrage

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

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

Wir als ICN können bestätigen, dass unsere Mitarbeitenden nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet werden.

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

C3.1 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

Berichtsfragen

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

Unser Lieferant für das Mittagessen, Frühstück und den Obstkorb (Potpourri) ist regional. Der Getränkeliieferant ist ebenfalls regionaler Anbieter (Rudat). Bei unseren Grill-Events beziehen wir unser Grillfleisch über eine Fleischerei in Herdecke (Neuhaus). Trink- bzw. Sprudelwasser kommt bei uns aus Wasserspendern, so dass sich die Mitarbeiter ihr Wasser selbst „zapfen“ können (www.welltec-wasser.de)

Unsere restlichen Lebensmittel beziehen wir nicht ökologisch-regional.

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

Öffentliche Verkehrsmittel, Fahrrad und PKW

Da der Großteil der Mitarbeiter den PKW nutzt, haben wir in der Vergangenheit mal eine Umfrage unter allen Mitarbeitern durchgeführt, dessen Ergebnis es sein sollte herauszufinden, was sie an der ÖPNV Nutzung hindert bzw. davon abhält. Unser Gedanke war, wenn die Hauptgründe der Ticket-Preis ist, diese generell zu bezuschussen. Leider ist es immer noch so, dass die Anbindung zu schlecht oder unflexibel ist. Die meisten haben hier also den Faktor Zeit angegeben, da sie mit ÖPNV durchschnittlich 3x solange benötigen wie mit dem PKW.

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

Weiterbildungsangebote gibt es im eigentlichen Sinne nicht. Jedem Mitarbeitenden steht es frei, Weiterbildungen in Anspruch zu nehmen und diese über die Personalabteilung anzufragen.

Unser Gemeinwohl-Team soll Mitarbeitende für ökologische Prozessgestaltung sensibilisieren und GW-Themen in die Firma tragen. Hier wurden auch bereits verschiedene Dinge umgesetzt, z.B. die Einführung von (personalisierten) Stoffhandtüchern.

Des weiteren hat jeder Mitarbeitende die Möglichkeit, sich in unserem Gemeinwohl-Team zu engagieren und eigene Ideen mit einzubringen.

Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft

keine Angabe möglich

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

2024	
Verkehrsmittel	Anteil (in %)
zu Fuß	0
Rad	4
PKW	73
Öffentliche Verkehrsmittel	4
Summe	81

2023	
Verkehrsmittel	Anteil (in %)
zu Fuß	0
Rad	4
PKW	73
Öffentliche Verkehrsmittel	4
Summe	81

Des weiteren haben wir für beide Jahre einen Mischanteil von 19%. Mischanteil bedeutet, Mitarbeitende, die wechselnde Verkehrsmittel nutzen.

Nutzungsgrad des ökologischen Betriebsangebots der Mitarbeitenden

keine Angabe möglich

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Ladesäulen für E-Autos / E-Bikes zur Verfügung stellen
- Highlights der Gemeinwohl-Bilanz in der Mitarbeitenden-Versammlung vorstellen

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

Berichtsfrage

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

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

Wir können bestätigen, dass bei ICN weder Verschwendung von Ressourcen gefördert noch unökologisches Verhalten geduldet wird.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

C4.1 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Berichtsfragen

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

Leicht zugänglich sind z.B. Strategische Entscheidungen & Ziele, Finanzaufgaben, Mitarbeiterentwicklung (im Rahmen der jährlichen Weihnachtspräsentation), Umsätze der Kunden, in unserem Wiki ist unsere Unternehmensstrategie für alle Mitarbeitenden sichtbar. In unserem Wiki befinden sich zudem alle Informationen, die für Mitarbeitende relevant sein könnten. Das Wiki ist quasi unser Intranet, wo man alles „nachschlagen“ kann. Z.B. auch die Rollenbeschreibungen aller Mitarbeitenden, Kompetenzmatrix, Organigramm etc.

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

Die Geschäftsleitung und Personalleitung wählen die Führungskräfte mit Unterstützung externer Coaches aus und evaluiert sie.

Welche wesentlichen Entscheidungen können die Mitarbeitenden mehrheitsdemokratisch oder konsensual mitbestimmen?

Unter anderem z.B. unsere Werte, Leitbild, Visionen. Diese wurden in Workshops mit Mitarbeitenden aller Hierarchieebenen erarbeitet. Mit disziplinarischen Vorgesetzten werden in Teamsitzungen Themen gemeinsam besprochen und Ergebnisse erzielt. Durch Umfragen werden Mitarbeitende in verschiedene Themen mit einbezogen. Ein Beispiel wäre hier u.a. die Mitgestaltung im Gemeinwohl-Team durch einbringen neuer Themenvorschläge.

Welche Erfahrungen wurden bisher mit mehr Transparenz und Mitbestimmung gemacht?

1. Positiv: höhere Identifikation mit der Organisation, mehr Vertrauen in die Organisation, schnellere Umsetzung durch höhere Akzeptanz
2. Negativ: höherer Zeitaufwand für Abstimmung, Unsicherheit bei den Mitarbeitenden aufgrund von sich schnell ändernder Informationslage, teilweise zu transparent

Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung)

keine Angabe möglich

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

keine Angabe möglich

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

2024 --> 100 %

2023 --> 100 %

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Vertrauensperson(en) im Unternehmen installieren
- Liste zu kritischen Daten anlegen und pflegen, um z.B langfristig Grad der Transparenz zu bestimmen

C4.2 Negativ-Aspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Berichtsfrage

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

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft. Wir als ICN können bestätigen, dass keine Verhinderung eines Betriebsrates vorliegt. Bisher wurde dies auch noch nicht gefordert bzw. gewünscht.

Berührungsgruppe D

Kund*innen und Geschäftspartner*innen



D1 Ethische Kund*innenbeziehungen

D1.1 Ethische Kund*innenbeziehung

Berichtsfragen

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

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

Welche Kund*innengruppen haben einen erschwerten Zugang zu den Produkten und Dienstleistungen?

Was wird getan, damit diese auch in den Genuss der Produkte/ Dienstleistungen kommen können?

Werbemaßnahmen:

ICN Website: Klar, persönlich und kundenorientiert

Seit Ende 2022 ist unsere neue Website online – und wir sind stolz auf das Ergebnis! Bei der Gestaltung war uns besonders wichtig, dass Besucher sich schnell und einfach zurechtfinden. Die Menüpunkte sind selbsterklärend und die Struktur ist übersichtlich. So finden sowohl Technik-Experten als auch normale Nutzer mühelos die Informationen, die sie suchen.

Technik verständlich erklärt

Wir haben uns bewusst dafür entschieden, technische Inhalte nicht zu detailliert zu erklären. Stattdessen bieten wir einen guten Überblick, der für jeden verständlich ist. Wer tiefer ins Detail gehen möchte, findet aber natürlich trotzdem die passenden Informationen.

Echte Gesichter statt Stockfotos

Auf unserer Website zeigen wir ausschließlich Fotos unserer Mitarbeiter. So möchten wir eine persönliche Verbindung zu unseren Kunden aufbauen und uns als Team transparent präsentieren.

Social Media: Wir sind dabei!

ICN ist auf Instagram, Facebook und LinkedIn vertreten. Wir wissen, dass wir hier noch besser werden können und haben uns deshalb Verstärkung geholt: Seit Ende 2024 unterstützt uns eine Werkstudentin im Bereich Online-Marketing.

Veranstaltungen für unsere Kunden

Wir veranstalten mindestens zweimal im Jahr Events für unsere Kunden:

- Das traditionelle Weinevent: Seit fast 20 Jahren laden wir unsere Kunden jährlich zu einem entspannten Abend ein, um sich auszutauschen und zu vernetzen.
- Die digitale Woche Dortmund: Hier sind wir mit eigenen Veranstaltungen zu verschiedenen Themen vertreten, oft auch in Kooperation mit anderen Unternehmen.

Newsletter: Nur für relevante Infos

Wir versenden keine Newsletter mit allgemeinen Informationen an alle Kunden. Stattdessen informieren wir gezielt über wichtige Themen, die nur bestimmte Kunden betreffen, wie z.B. technische Änderungen, Einladungen zu Veranstaltungen oder Informationen zur E-Rechnung.

Kundenakquise: Wir setzen auf Mundpropaganda

In den letzten Jahren hat ICN stark von der Mundpropaganda profitiert. Das ist natürlich toll, hat aber dazu geführt, dass ein Großteil unserer Kunden aus der Baubranche kommt. Wir möchten uns zukünftig breiter aufstellen und verstärkt den Bereich HealthCare ansprechen. Dazu haben wir bereits erste Maßnahmen eingeleitet, über die wir in D2 berichten werden.

Verkaufsprozess:

Unsere Services: Für jeden Bedarf das passende Modell

Bei ICN gibt es nicht die eine Lösung für alle. Wir bieten verschiedene Modelle an, damit jeder Kunde die für ihn passende Art der Service-Nutzung wählen kann. Einen Überblick über unsere Modelle ist in den „Anlagen und Referenzen“ zu finden.

(Niedrige Betriebszugehörigkeit, da wir in den letzten 5 Jahren gewachsen sind (2020: 40 MA, 2024: 60))

So finden wir gemeinsam das optimale Modell

Manchmal wissen unsere Kunden schon genau, welche Leistungen sie benötigen. In diesem Fall prüfen wir, welches unserer Modelle am besten zu ihren Bedürfnissen passt und erstellen ein individuelles Angebot.

Ein anderer Weg führt über unseren IT-Sicherheitskatalog. Mit einem „Check-Up“ bzw. einer Ist-Analyse der IT-Systeme (Beispiel unter „Anlagen und Referenzen“) ermitteln wir gemeinsam den Status Quo. Anschließend geben wir Empfehlungen für sinnvolle Services und Dienstleistungen. Die Entscheidung, diese in Anspruch zu nehmen, liegt aber natürlich ganz bei unseren Kunden.

Abrechnung nach Leistung

Für kleinere oder einmalige Aufträge bieten wir auch die „Abrechnung nach Leistung“ an. Diese Option wird hauptsächlich von unseren kleineren Kunden genutzt. Selbstverständlich steht sie aber allen Kunden offen. Die meisten bevorzugen jedoch unsere „Rundum-Sorglos-Pakete“ in Form von Flatmodellen, um sich möglichst wenig kümmern zu müssen.

Faire Entlohnung unserer Mitarbeiter

Bei ICN erhalten alle Mitarbeiter ein festes Gehalt, unabhängig vom Umsatz. Unsere Auszubildenden ab dem zweiten Lehrjahr haben zusätzlich die Möglichkeit, sich eine Provision zu ihren Ausbildungsgehalt zu erarbeiten. Diese erhalten sie für ihre extern geleisteten Stunden, also die Stunden, die sie direkt für den Kunden gearbeitet haben.

Datenschutz

Datenschutz ist ein zentraler Bestandteil unserer Arbeit und hat bei ICN höchste Priorität. Unsere Datenschutzerklärung ist auf unserer Webseite für jeden einsehbar (Link unter „Anlagen und Referenzen“). Darüber hinaus findet jedes Jahr eine verpflichtende Datenschutzbildung für alle Mitarbeiter mit unserem Datenschutzbeauftragten statt.

Kundenservice:

Bei ICN hat jeder Vertragskunde seinen persönlichen Ansprechpartner, den KV1 und KV2 (Kundenverantwortlichen). Diesen erreichen sie direkt unter der Durchwahl. Sollte der KV einmal nicht erreichbar sein, wird der Kunde umgehend an unsere technische Hotline weitergeleitet. Auch hier trifft man auf ICN-Mitarbeiter, die kompetent weiterhelfen.

Optimale Erreichbarkeit

Unsere technische Hotline ist von Montag bis Freitag besetzt. Wir haben einen Hotline-Plan, der sicherstellt, dass immer zwei Mitarbeiter für jeweils zwei Stunden erreichbar sind. So gewährleisten wir eine optimale Erreichbarkeit für unsere Kunden.

ServiceDesk: Rund um die Uhr verfügbar

Über unseren ServiceDesk kann man rund um die Uhr selbstständig Anfragen einreichen.

So funktioniert unser Ticketsystem

Jede Kundenanfrage wird als Ticket in unserem ServiceDesk erfasst. Unser Service-Management-Team ordnet die Tickets nach Thema den entsprechenden Mitarbeitern zu, versieht sie mit Prioritäten und eskaliert sie bei Bedarf, wenn eine Lösung zu lange dauert. Unsere Mitarbeiter buchen ihre Arbeitszeiten auf das jeweilige Ticket, sodass eine ordnungsgemäße Abrechnung gewährleistet ist.

Transparenz für unsere Kunden

Kunden erhalten per E-Mail einen Link zu deinem Ticket und kann den Bearbeitungsstatus jederzeit selbstständig verfolgen.

Gleicher Service für alle Kunden

Ob Neu- oder Bestandskunde – wir behandeln alle Anfragen nach den gleichen Prozessen. So stellen wir sicher, dass jeder Kunde den bestmöglichen Service erhält.

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

2024		
Maßnahmen	Budget (in €)	Anteil (in %)
Diverse Werbeartikel (werden sowohl intern als auch extern genutzt)	8.895	12
Sponsoring / Marketing	15.184	21
Printwerbung	2.039	3
Tools	708	1
Online Marketing	3.170	4
Messen/Veranstaltungen	4.000	5

2023		
Maßnahmen	Budget (in €)	Anteil (in %)
Diverse Werbeartikel (werden sowohl intern als auch extern genutzt)	16.179	27
Sponsoring / Marketing	14.465	26
Printwerbung (z.B. Anzeigen und Flyer)	6.175	10
Online Marketing	2.525	4
Messen/Veranstaltungen	6.500	11
Tools	420	1

Fixe Bestandteile der Bezahlung von Verkaufsmitarbeitenden

2024 --> **100 %**

2023 --> **100 %**

Umsatzabhängige Bestandteile der Bezahlung von Verkaufsmitarbeitenden

2024 --> **0 %**

2023 --> **0 %**

Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: ja/ nein

2024 --> **Nein**

2023 --> **Nein**

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

2024 --> **0 %**

2023 --> **0 %**

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

- Entwicklung des internen- und externen Kommunikations-Prozesses
- Einführung Projektmanagement
- Optimierung und Weiterentwicklung Service Management

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Kurzfassung der Gemeinwohl-Bilanz / Broschüre erstellen
- Gemeinwohl-Bilanz auf der eigenen Website, Social Media Kanälen, über Newsletter und Pressemitteilung an lokale Zeitungen kommunizieren

D1.2 Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen

Berichtsfrage

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

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

Wir als ICN versuchen, sowohl unseren Kunden als auch Mitarbeitenden so transparent wie möglich zu begegnen. Außerdem möchten wir vermeiden, unsere (potenziellen) Kunden mit zu viel Werbung zu überschütten. So wissen auch die Kunden, wenn sie mal einen Newsletter oder Post von uns bekommen, dass das dann auch wirklich wichtig und relevant für sie ist.

Der Link zu unserem Leitbild ist unter „Anlagen und Referenzen“ zu finden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

- verbesserte Filter in Kundenstammdaten, so dass möglichst unsere Kund*innen immer nur die Infos bzw. Newsletter erhalten, die auch für sie relevant sind

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Prozess-Optimierung zwischen Technik und Vertrieb, so dass wir die Kund*innen mit noch mehr Vorlaufzeit über bevorstehende Änderungen oder Anpassungen informieren können

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

D2.1 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

Berichtsfragen

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

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

Kooperationen: Gemeinsam stark in Dortmund

Dortmund ist ein Hotspot für IT-Unternehmen und -Dienstleister. Auf Netzwerkveranstaltungen kommt man schnell ins Gespräch und knüpft wertvolle Kontakte.

Starke Partnerschaften in der Nachbarschaft

Eine besonders gute Zusammenarbeit pflegen wir mit einem IT-Unternehmen in unserer unmittelbaren Nachbarschaft. Wir haben uns vor einigen Jahren kennengelernt und schätzen gelernt. Seitdem profitieren wir gegenseitig voneinander.

Gemeinsame Projekte und Erfahrungsaustausch

Ein Beispiel für unsere Zusammenarbeit ist ein gemeinsamer Vortrag auf der digitalen Woche Dortmund, an dem auch andere IT-Unternehmen teilgenommen haben. Im Anschluss gab es einen spannenden Austausch über unsere Erfahrungen und Herausforderungen. Dabei hat sich gezeigt, dass wir trotz aller Konkurrenz ähnliche Probleme haben.

Gemeinschaftsgefühl statt Konkurrenz

Durch solche Treffen entsteht ein Gemeinschaftsgefühl. Der Konkurrenzgedanke rückt in den Hintergrund und man betrachtet die anderen Unternehmen positiv. So entstehen neue Ideen für mögliche Kooperationen.

Cloud-Expertise von Gratopp IT

Mit Gratopp IT, einem Spezialisten für Cloud-Lösungen, verbindet uns eine langjährige Kooperation.

IT-Club Dortmund: Drehscheibe der IT-Branche

Ein weiteres Beispiel für gelungene Kooperationen ist der IT-Club Dortmund. Seit 2001 treffen sich hier IT-Unternehmer und -Experten, um sich über aktuelle Herausforderungen, neue Technologien und Best Practices auszutauschen. Der IT-Club ist eine zentrale Plattform der regionalen IT-Branche und zieht auch Entscheider der Anwenderseite an.

ICN im IT-Club Dortmund aktiv

Unser Geschäftsführer, Peter Hanseemann, ist Beiratsvorsitzender des IT-Club Dortmund und moderiert verschiedene Veranstaltungen. Dadurch hat er immer ein offenes Ohr für mögliche Kooperationen.

Neue Wege der Kooperation: Unternehmensnachfolge

Ende 2023/Anfang 2024 hat sich eine besondere Form der Kooperation ergeben. Über einen Kontakt, den wir auf einem Kongress kennengelernt haben, erfuhren wir von einem Kunden, der eine Unternehmensnachfolge suchte. Dieser Kunde ist ein IT-Dienstleister im Bereich digitale Bildverarbeitung für Produktion, Werkstoffprüfung und Medizin, also im Healthcare-Bereich tätig.

Zusammenführung der Unternehmen

Seit 2024 arbeiten wir partnerschaftlich mit diesem Unternehmen zusammen. Die Mitarbeiter sind bereits in unsere Räumlichkeiten umgezogen und nun werden beide Unternehmen schrittweise zusammengeführt.

Vorteile für alle Beteiligten

Diese Kooperation bietet viele Vorteile:

- Die Mitarbeiter des Kooperationspartners behalten ihre Arbeitsplätze.
- Die Kunden behalten ihre Ansprechpartner und Services und profitieren von einem noch breiteren Leistungsspektrum.
- ICN hat eine hervorragende Basis, um seinen Kundenfokus auf den Healthcare-Bereich auszuweiten.

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

2024 --> **1.000 Stunden**

2023 --> **1.200 Stunden**

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

2024 --> **1,54 %**

2023 --> **2,08 %**

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

2024		
Unternehmenskategorie	Aufgewendete Zeit (in Stunden)	Erzielter Umsatz (in €)
Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional)	800	140.000
Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen	0	0
Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, mit anderer Zielgruppe	0	0

2023		
Unternehmenskategorie	Aufgewendete Zeit (in Stunden)	Erzielter Umsatz (in €)
Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional)	1.100	180.000
Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen	0	0
Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, mit anderer Zielgruppe	0	0

In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen?

2024

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

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

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

2023

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

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

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

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

2024		
Unternehmenskategorie	Anzahl der Arbeitskräfte	Mitarbeitendenstunden
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	1	120

2023		
Unternehmenskategorie	Anzahl der Arbeitskräfte	Mitarbeitendenstunden
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	1	100

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

2024	
Unternehmenskategorie	Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge (in %)
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0

2023	
Unternehmenskategorie	Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge (in %)
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0

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

2024			
Unternehmenskategorie	Summe an Finanzmitteln (in €)	Anteil vom Umsatz (in %)	Anteil vom Gewinn (in %)
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0	0	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0	0	0

2023			
Unternehmenskategorie	Summe an Finanzmitteln (in €)	Anteil vom Umsatz (in %)	Anteil vom Gewinn (in %)
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0	0	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0	0	0

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

- gemeinsame Veranstaltungen (mit einem anderen Unternehmen) im Rahmen der digitalen Woche Dortmund
- Unterstützung Rechnungsstellung Gratopp IT
- Mitglied im Arbeitskreis IT-Sicherheit bei den Unternehmensverbänden Dortmund

Die Teilnehmer des AK IT-Sicherheit haben sich zum Ziel gesetzt, gemeinsam praxisorientierte unmittelbar einsetzbare Sicherheits-Lösungen und -Konzepte zu entwickeln.

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Gemeinwohl-Orientierung in Kund*innenkommunikation aufnehmen (z.B. in Veranstaltungen, Produktinformationen, in Verkaufsgesprächen)

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

Berichtsfrage

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

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

Wir haben ein gutes Verhältnis zu unseren Mitbewerbern und freuen uns über den regelmäßigen Austausch auf verschiedensten Veranstaltungen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Bereits in D2.1 unter Maßnahmen zu finden

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

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

Berichtsfragen

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

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

Wie sind Konsistenz, Effizienz und Suffizienz im Geschäftsmodell verankert?

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

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

Produkte und Dienstleistungen: Qualität und Nachhaltigkeit im Fokus

Auch wenn wir kein produzierendes Unternehmen sind, bieten wir unseren Kunden sowohl Produkte (zugekaufte Hardware wie z.B. Notebooks, Monitore, Server etc.) als auch unsere Dienstleistungen und Services an.

Hardware von namhaften Herstellern

Bei der Hardware ist uns wichtig, Produkte namhafter Hersteller anzubieten und keine „No-Name“-Produkte, bei denen die Herkunft und Produktionsbedingungen nicht nachvollziehbar sind. Qualität, Sicherheit und Nachhaltigkeit sind in unseren Werten fest verankert. Diese Werte können wir aber nur gewährleisten, wenn die Basis stimmt, also die Hardware den entsprechenden Dienst leistet.

Natürlich fragen Kunden hin und wieder nach, ob es ein bestimmtes Produkt nicht günstiger gibt oder verweisen auf ein „No-Name“-Produkt bei z.B. Amazon, „das doch dasselbe kann“ oder so hübsch aussieht, weil es pink ist und glitzert.

Das lehnen wir sowohl bei unseren Kunden als auch Mitarbeitern ab, da wir gerne überall den gleichen Standard haben möchten. Bei vielen unserer Hersteller ist es sogar möglich, defekte Teile zu tauschen oder bei größeren Geräten auch eine Reparatur vornehmen zu lassen. Dazu kommen auch noch die Garantie- und Gewährleistungsansprüche, was mit namhaften Herstellern, mit denen man bereits viele Jahre zusammenarbeitet, auch häufig wesentlich einfacher und „unbürokratischer“ vonstatten geht.

Langlebigkeit spart Zeit und Ressourcen

Dadurch, dass wir auf Langlebigkeit achten, müssen wir auch viel seltener zu unseren Kunden raus fahren, um die Hardware aufzubauen, einzurichten etc. In der Gesamtbetrachtung sparen wir uns so eine Menge Zeit und natürlich auch die An- und Abfahrten.

Nachhaltige Entsorgung von Alt-Hardware

Wenn dann irgendwann doch der Zeitpunkt gekommen ist, dass wir intern oder auch unsere Kunden neue Hardware benötigen, sammeln wir die Althardware und lagern diese vorübergehend in unserem Keller. Dort wird diese katalogisiert und sobald wir genügend gesammelt haben, beauftragen wir eine Abholung über unseren Partner AfB (Link zur Webseite bei Anlagen und Referenzen). AfB schenkt gebrauchter IT-Hardware nach Datenlöschung und Aufarbeitung ein zweites Leben, bietet diese im eigenen Onlineshop oder auch im stationären Einzelhandel an (aktuell 8 Filialen). Hardware, die sich nicht wieder vermarkten lässt, wird von AfB Mitarbeitern händisch zerlegt und einer sortenreinen Verwertung und Schadstoffentfrachtung zugeführt. Unsere Kunden sind darüber informiert und können uns ihre Althardware entweder selbst vorbeibringen, oder unsere Mitarbeiter nehmen diese mit, wenn sie sowieso vor Ort bei den Kunden sind.

Nachhaltigkeit in unseren Dienstleistungen

Um unsere Dienstleistungen nachhaltiger zu gestalten, haben wir in den letzten 2 Jahren immer mal wieder in Projektgruppen an Themen wie z.B. Service-Management, Prozessoptimierung und Nachhaltigkeitskompetenzen gearbeitet.

Effizientes Service-Management

Beim Thema Service-Management geht es unter anderem auch darum, wie wir zukünftig die Probleme unserer Kunden effizienter und zufriedenstellender bearbeiten können. Als Beispiel: Kunde XY hat bereits mit unserem Mitarbeiter Herrn Mustermann darüber gesprochen, dass er aktuell keine E-Mails verschicken kann. Herr Mustermann hat zugesagt, sich zu kümmern und schnellstmöglich zurückzumelden. Leider ist unser Kunde XY sehr ungeduldig und ruft kurze Zeit später bei unserer Mitarbeiterin Frau Sonnenschein an. Da Herr Mustermann bereits den ganzen Vorgang in unserem Service Desk hinterlegt hat, inkl. der Maßnahmen, die er bereits durchgeführt hat, kann Frau Sonnenschein alles genau nachvollziehen und dem Kunden einen aktuellen Zwischenstand mitteilen und muss den Sachverhalt nicht nochmal neu ausrollen.

Unsere 9 Nachhaltigkeitskompetenzen

Unsere 9 Nachhaltigkeitskompetenzen haben wir im letzten Jahr (2024) ausgearbeitet. Dazu gehören:

- Soziale Verantwortung
- Teamfähigkeit
- Analysefähigkeit
- Adaptionsfähigkeit
- Konfliktfähigkeit
- Vernetztes Denken und Handeln
- Wissensdurst
- Weitblick
- Reflexionsfähigkeit

Zu jeder Nachhaltigkeitskompetenz haben wir zudem Fallbeispiele und die jeweiligen Lösungsansätze ausgearbeitet. Jede Nachhaltigkeitskompetenz wiederum haben wir in Verbindung zu unseren Werten gesetzt. Diese Kompetenzen sollen uns in unserem täglichen Handeln und Arbeiten unterstützen und befähigen, werteorientierte und sinnvolle Entscheidungen für uns selbst und unsere Kunden zu treffen. Eine Beispielgrafik ist unten eingefügt.



Wissensmanagement und Prozessoptimierung

Zu dem erstellen wir sehr viele Dokumentationen, die dann in unserem internen ICN Wiki einsehbar sind. Wir verbessern unsere Prozesse und versuchen, diese dann auch einzuhalten. Bei unseren Dienstleistungen hat Nachhaltigkeit auch viel damit zu tun, nicht jedes Mal das Rad neu zu erfinden, sondern auf Prozesse, Erfahrungswerte und erfolgreich abgeschlossenen Projekten aus der Vergangenheit zurückzugreifen. So können wir sehr effizient für unsere Kunden sein und eine bestehende Lösung auf eine neue Herausforderung adaptieren, falls notwendig natürlich auch mit Anpassungen, um trotzdem flexibel zu sein.

Remote-Service und kurze Anfahrtswege

Fast alle unsere Dienstleistungen und Services können wir von unserem Arbeitsplatz anbieten bzw. betreuen. Wir müssen nicht gezwungenermaßen zu unseren Kunden fahren, um diese zu betreuen. Das fällt in der Regel eigentlich nur an, wenn wir auch mal Hardware ausliefern und einrichten. Das passiert aber maximal im näheren Umkreis, sodass wir auf lange An- und Abreisen verzichten können.

Energieeffizienz im Rechenzentrum

Im Gegensatz dazu verbrauchen unsere Dienstleistungen natürlich Energie und auch das Rechenzentrum, mit dem wir zusammenarbeiten. Die Dächer „unseres“ Rechenzentrums sind mit einer Solaranlage ausgestattet. Der hier erzeugte Strom deckt einen Großteil des Energiebedarfs ab.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

- Partnerschaft AfB
- Anschaffung hochwertiger, langlebiger Hardware (intern + extern)
- Prozessentwicklung E-Rechnung und E-Lieferschein

Verbesserungspotenziale/Ziele

- E-Ladestationen für Kund*innen zur Verfügung stellen
- Kommunikation über nachhaltige Verhaltens- und Konsumweisen ins Marketing aufnehmen
- Durch Anpassung der Zahlungskonditionen Anreize für ökologischere Alternativen schaffen
- Einkaufsrichtlinien festlegen - warum wird welche Hardware angeboten

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

Berichtsfrage

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

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

Wir würden uns selbst zusätzliche Arbeit machen, wenn wir z.B. mit sehr schnell wechselnden Modetrends mitgehen würden.

Wir möchten unseren Kunden qualitativ hochwertige und langlebige Produkte und Dienstleistungen anbieten.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Siehe D3.1

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Recherche und Erweiterung besonders nachhaltiger Hardware für dementsprechenden Kundenkreis

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

D4.1 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz

Berichtsfragen

Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kunden eingeräumt, und wie wird darüber kommuniziert?

Unsere Kunden haben sowohl in Bezug auf ihre gebuchten Dienstleistungen als auch auf die benötigte Hardware ein aktives Mitentscheidungsrecht. Bei der Auswahl der benötigten Dienstleistungen und Services bieten wir vorab eine Art Check-Up an um zu analysieren, auf welchem Stand die Systeme der Kunden sind und was wir zusätzlich empfehlen würden. Der Kunde hat immer die Möglichkeit, nein zu sagen oder weniger Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen, unter der Voraussetzung, dass er trotzdem gut abgesichert ist. Bei einem Angebot z.B. bieten wir Hardware namhafter Hersteller an wie Fujitsu oder HP mit denen bereits lange Partnerschaften bestehen und wir durchweg positive Erfahrungen gemacht haben. Wir hatten als Beispiel mal einen Kunden, der unbedingt Apple Hardware in seine bestehende Infrastruktur integrieren wollte. Das war für unsere Techniker schon eine Herausforderung, da standardmäßig mit Windows- oder Linux-Systemen bei ICN gearbeitet wird. Da der Qualitätsstandard von Apple aber gleichwertig mit unseren Standard-Herstellern wie Fujitsu oder HP ist, haben unsere Mitarbeitenden diese Entscheidung des Kunden mitgetragen und möglich gemacht.

Kunden erhalten ihre Informationen über verschiedenen Kanäle. Sie haben in der Regel zwei persönliche Ansprechpartner bei ICN mit denen sie regelmäßig Kontakt haben. Wir versenden kunden- oder themenbezogene Newsletter an den Kunden, wenn z.B. für die jeweilige Vertragsart eine Änderung ansteht. Unser Ticketsystem zeigt direkt auf der Startseite der Kunden aktuelle und für ihn/sie relevante Informationen an. Je nach Vertragsstufe gibt es 1-2 große Regelmeetings pro Jahr, bei dem sowohl positive als auch negative Dinge des Jahres besprochen werden. Zu dem gibt es natürlich die ICN Webseite und die Social Media Kanäle (LinkedIn + Instagram).

Werden Impulse von Kunden zur sozial-ökologischen Verbesserung der Produkte und Dienstleistungen aufgenommen?

Aktuell sind wir hier leider noch nicht sehr aktiv. Wie bereits nun mehrfach beschrieben ist uns bei der Auswahl der Hersteller ein hoher Qualitätsstandard, sowie Garantie- und Gewährleistungsansprüche und Reparatur Möglichkeit wichtig. Ansonsten stehen wir hier noch ganz am Anfang und müssen auch hier noch weiter in die Bewusstseins-schärfung sowohl intern als auch extern gehen.

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

Auf unserer Webseite sind unsere Leistungsbeschreibungen und Servicebedingungen einsehbar (Link in den Referenzen). Ab Punkt 20 (Seite 18) ist eine detaillierte Übersicht aller Leistungsmodule und Servicestufen zu finden.

Des weiteren gibt es auf unserer Webseite eine Übersicht unserer Partner, die für jeden einsehbar ist, inkl. verlinken zu den jeweiligen Webseiten (Link in den Referenzen). Hier kann man sich bereits vor einer Zusammenarbeit mit ICN über die Partner und deren Produkte informieren. Hier kommt es natürlich darauf an, was, wie viel und in welcher Form unsere jeweiligen Hersteller Informationen auf ihren Webseiten öffentlich bereitstellen.

Unsere Kunden haben die Möglichkeit, selbst einen Preisvergleich zu starten, da in ihren Angeboten stets die genaue Bezeichnung der Produkte aufgeführt ist. Wenn sie beispielsweise einen Monitor woanders günstiger sehen als von uns angeboten, versuchen wir immer, diesen Preis ebenfalls anbieten zu können.

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

2024 --> 0

2023 --> 0

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

2024 --> 0

2023 --> 0

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

2024 --> 0

2023 --> 0

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Vorschläge und Verbesserungsideen von Mitarbeitenden strukturiert aufnehmen (evtl. auch von Kund*innen)
- Feedback-Bögen den Rechnungen beilegen
- Hinweise über Langlebigkeit, Verbrauchs- sowie optimale Pflege- und Reinigungshinweise der Produkte mitliefern

D4.2 Negativ-Aspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Vertiefte Berichtsfragen

Enthalten die Produkte Schadstoffe für Kund*innen oder die Umwelt?

Gibt es schädliche Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte?

Wir sind bemüht, uns über potenzielle Risiken in Bezug auf unsere Hardware Auswahl zu informieren und verantwortungsbewusst zu handeln. Nichtsdestotrotz muss man einfach sagen, dass auch gute und qualitativ hochwertige Hardware Auswirkungen auf die Gesundheit der Anwender und die Umwelt hat, und nicht alle können wir beeinflussen.

Elektronische Geräte erzeugen Elektromagnetische Felder, die möglicherweise gesundheitsschädliche Auswirkungen haben können, insbesondere bei längerer Verwendung. Bildschirme strahlen Blaulicht aus, das die Schlafqualität beeinträchtigen und Augenschäden verursachen kann. Ergonomische Risiken: Längeres Sitzen vor Computern und die Verwendung von schlecht gestalteter Hardware können zu Rückenproblemen führen.

Wir sorgen selbstverständlich für die ordnungsgemäße Entsorgung unserer Hardware und bieten auch unseren Kunden die Rücknahme ihrer Altgeräte an. Diese werden dann z.B. von unserem Partner AfB abgeholt, wiederaufbereitet oder fachgerecht entsorgt bzw. Wertstoffe werden wieder in den Wertstoffkreislauf zurückgeführt.

Anteil der Produkte mit Gefahrenstoffen oder Gebrauchsrisiken, die nicht transparent öffentlich deklariert werden (in % des Umsatzes)

2024 --> 0

2023 --> 0

Verbesserungspotenziale/Ziele

Mitarbeitende zu Entsorgungsthemen informieren und schulen

Berührungsgruppe E

Globale Gemeinschaft, Natur und Lebewesen



Allgemeine Beschreibung der Berührungsgruppe

Dies sind einige Recherchen, die für unseren Bericht relevant sein könnten:

Datenschutz und Datensicherheit:

- Die allgemeine Öffentlichkeit, deren persönliche Daten von IT-Systemen verarbeitet werden.
- Verbraucherorganisationen, die sich für den Schutz von Verbraucherrechten im digitalen Raum einsetzen.
- Die Gesellschaft als Ganzes, die von der Sicherheit kritischer Infrastrukturen abhängt.

Umweltauswirkungen von IT:

- Die globale Atmosphäre, die von dem Energieverbrauch von Rechenzentren und Geräten betroffen ist.
- Die natürlichen Ressourcen, die für die Herstellung von IT-Hardware benötigt werden.
- Die Gemeinschaften, die von der Entsorgung von Elektroschrott betroffen sind.

Beitrag zur digitalen Bildung:

- Lokale Bildungseinrichtungen die durch Spenden, oder durch Wissenstransfer unterstützt werden.
- Organisationen, welche sich für die digitale Bildung junger Menschen einsetzen.

Digitale Teilhabe:

- Menschen mit eingeschränktem Zugang zu digitalen Technologien (z. B. ältere Menschen, Menschen mit Behinderungen, Menschen in ländlichen Gebieten).
- Organisationen, die sich für digitale Inklusion einsetzen.

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

E1.1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

Welche der neun Grundbedürfnisse erfüllen die Produkte und Dienstleistungen von ICN?

Lebenserhaltung/ Gesundheit/ Wohlbefinden

- Verringerung von Reisetätigkeiten durch remote arbeiten

Schutz/ Sicherheit

- Durch die Maßnahmen, die ICN in IT-Sicherheit investiert, werden Daten und die damit verbundenen Unternehmensexistenzen gesichert und so indirekt die Arbeits- und Verdienstmöglichkeiten des gesellschaftlichen Umfeldes gesichert
- Durch die Schaffung eines sicheren Arbeitsumfelds, sowohl physisch als auch psychisch. Dies beinhaltet auch den Schutz der Mitarbeiter- und Kundendaten und die Einhaltung von Datenschutzbestimmungen.
- Sicherheit des Arbeitsplatzes.

Verstehen/ Einfühlung

- Durch die Bereitstellung von klaren und verständlichen Informationen über Produkte und Dienstleistungen.
- guter Support, der auf verschiedensten Wegen (teilweise 24/7) erreichbar ist

Freiheit/ Autonomie

- Schaffung räumlicher Unabhängigkeit
- Flexible Arbeitswelten
- Vereinbarkeit von Familie und Beruf oder Freizeit und Beruf

Als IT-Unternehmen zählt ICN zu den sicherheitsrelevanten Unternehmen.

Der sichere IT-Betrieb unserer Kunden und natürlich auch für unser Unternehmen hat oberste Priorität. Unser tägliches Handeln zielt letztendlich immer auf diesen einen Punkt ab. Ohne eine abgesicherte Grundlage ist alles andere nicht möglich. Einen Link mit weitergehenden Infos zum sicheren IT-Betrieb ist in den Anlagen und Referenzen zu finden.

Da wir uns im Bereich Healthcare spezialisieren möchten, haben wir uns bereits vor gut zwei Jahren nach der IT-Sicherheitsrichtlinie nach § 75b SGB V für den Gesundheitsbereich zertifizieren lassen.

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

Unsere Produkte und Dienstleistungen sind eine Kombination aus stets aktuellem Fachwissen, passenden und bezahlbaren Produkten sowie einer kundenorientierten Betreuung. Wir entwerfen das grundlegende Konzept, installieren Hard- und Software und nehmen sie in Betrieb. Unsere Kunden sind B2B Kunden aus dem KMU Bereich, die nicht auf Luxusprodukte in ihrem beruflichen Kontext bedacht sind, sondern lediglich auf Funktionalität und möglichst Langlebigkeit.

Solange die Hardware unserer Kunden dem Zweck dient, nicht defekt ist und mit den benötigten Dienstleistungen und Applikationen funktioniert raten wir auch nicht zu einem Neukauf, nur weil es gerade ein neueres Modell gibt.

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

Unsere Produkte und Dienstleistungen helfen Menschen nur teilweise beim persönlichen Wachstum. Erstrangig zielen sie auf die zuverlässige Erledigung der täglichen Arbeit ab. Grundsätzlich können unsere Produkte und Dienstleistungen natürlich dafür genutzt werden sich weiterzubilden oder gesellschaftliche wertvolle Dinge zu tun, diese Nutzung muss aber jeder Anwender eigenverantwortlich umsetzen, ICN kann nur die Basis schaffen.

Durch die Bereitstellung der Möglichkeit von überall aus zu arbeiten und seine Aufgaben zu erfüllen, ermöglichen wir auch Menschen mit Mobilitätseinschränkungen, die in abgelegenen Regionen leben oder sich nicht gerne unter Menschen begeben, eine Teilhabe am Arbeitsleben. Durch die Ermöglichung des Arbeitens von überall entfällt der Zwang täglich an einen Arbeitsplatz anzureisen und somit werden Transportwege und damit zusammenhängende Emissionen und Umweltbelastungen reduziert.

Welche gesellschaftlichen und ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch unseren Produkte und Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert?

Orientiert haben wir uns hier an den 17 Zielen der UN, die direkt oder indirekt durch unseren Produkte und Dienstleistungen zwar nicht gelöst aber zumindest gemindert werden.

3: Gesundheit und Wohlergehen

Durch Anwendung unserer Produkte bei unsere Kunden im HealthCare-Bereich sorgen wir für eine höhere Cyber-Resilienz und damit für eine geringere Angreifbarkeit in einem wichtig KRITIS-Unternehmen. Ohne sichere und gut funktionierende IT kann weder in einem Krankenhaus, Arztpraxis oder Pflegedienst gearbeitet werden.

4: Hochwertige Bildung

Indirekt durch finanzielles und soziales Einbringen in der help and hope Stiftung, die u.a. Bildungsangebote für Schulen, Kitas und Vereine anbieten.

Direkt durch die Tatsache, das wir in jedem Jahr min. 2 Auszubildende einstellen, ausbilden und in der Regel auch übernehmen. Des Weiteren führen wir verschiedene Praktika jedes Jahr durch.

Wir unterstützen das DOMO-Stipendium und vergeben diese auch (weitere Infos in den Anlagen + Referenzen)

9: Industrie, Innovation und Infrastruktur

Durch unsere tägliche Arbeit und damit verbundenen Investitionen und Engagement in Informations- und Kommunikationstechnologien)

17: Partnerschaften zur Erreichung der Ziele

In der Berührungsgruppe D (Kund*innen und Mitunternehmen) haben wir bereits ausführlich zu unseren Kooperationen geschrieben. Diese haben meiner Meinung nach einen Einfluss auf Unterziel 17.6.

Anteil in % des Gesamtumsatzes für erfüllte Grundbedürfnisse

2024 --> **100 %**

2023 --> **100 %**

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

2024 --> **0 %**

2023 --> **0 %**

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Entwicklung der Menschen

2024 --> **10 %**

2023 --> **10 %**

(Wert geschätzt)

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Entwicklung der Erde/ Biosphäre

2024 --> **0 %**

2023 --> **0 %**

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

2024 --> **0 %**

2023 --> **0 %**

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

2024 --> **100 %**

2023 --> **100 %**

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

2024 --> **0 %**

2023 --> **0 %**

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

2024 --> **0 %**

2023 --> **0 %**

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt**17 globale Nachhaltigkeitsziele im Gemeinwohl-Team thematisiert**

Innerhalb unseres internen Gemeinwohl-Teams haben wir uns mit den 17 globalen Nachhaltigkeitszielen auseinandergesetzt.

Ziel war es, die für uns als ICN drei „relevantesten“ zu benennen, unter Berücksichtigung der Umsetzbarkeit.

Auf folgende konnten wir uns einigen:

3 -Gesundheit und Wohlergehen

13 -Maßnahmen zum Klimaschutz

17 -Partnerschaften zur Erreichung der Ziele

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Gemeinwohl-Gedanken intern verankern
- Mit anderen Unternehmen in der Branche / Region gemeinsame Events anbieten
- Social Media für die Kommunikation einzelner Nachhaltigkeits-Aspekte nutzen

E1.2 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfrage

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

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

Wir können bestätigen, dass die von ICN angebotenen Dienstleistungen keine direkten negativen Auswirkungen auf die genannten Bereiche haben. Welche negativen Auswirkungen über uns verkaufte oder angebotenen Hardware-Komponenten mit sich bringen könnten, dazu haben wir bereits in D4.2 berichtet.

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

E2.1 Beitrag zum Gemeinwesen

Berichtsfragen

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

Welche direkten materiellen Unterstützungen (z.B. Förderungen, Subventionen) erhält das Unternehmen andererseits?

Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet?

Worin besteht der Eigennutzen an diesen Aktivitäten?

Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens?

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

Wir als ICN GmbH zahlen an unserem Standort Dortmund alle vorgesehenen Steuern und Abgaben. Die Vermeidung von illegitimer Steuervermeidung, Korruption oder negativem Lobbyismus gehören zu unseren festgelegten Unternehmenswerten, wie z.B. Verantwortung, Gemein Sinn und Transparenz, die unsere Verantwortung auch gegenüber der Gesellschaft in den Mittelpunkt stellen. Der Link dazu ist unter Anlagen und Referenzen zu finden.

Soziales Engagement

Das soziale bzw. ehrenamtliche Engagement der Mitarbeitenden im Rahmen der regulären Arbeitszeit wurde bisher nicht wirklich erfasst. In der Berichtsjahren 2023 und 2024 hat sich ICN an folgenden Initiativen beteiligt:

- help and hope Stiftung Dortmund (setzt sich durch verschiedenen Bildungsangebote für benachteiligte Kinder und Jugendliche ein)
- Unterstützung verschiedener Aktionen des Round Table Unna
- Unterstützung verschiedener pädagogischer Malbücher (Kinder im Straßenverkehr, Schutz vor Kindesmissbrauch)
- Sponsoring des SV Barop durch neue Trainingsjacken (Bild in Anlagen und Referenzen)
- Sponsoring ATV Dorstfeld
- Spende Wilderness International als Ausgleichszahlung für Co2 Fußabdruck (Anlagen und Referenzen)
- Patenschaft Zoo Dortmund 2023 + 2024 (Anlagen und Referenzen)



Eigennutzen

Nach dem Motto „Tu Gutes und sprich darüber“ berichten wir über diese Aktionen teilweise auch auf unserem News Blog oder bei Social Media. Da wir dort aber noch keine besonders hohe Reichweite haben, profitieren wir hier höchstens durch die positive Außenwirkung.

Nachhaltige Veränderungen

Die Partnerschaft, die wir nun seit einiger Zeit mit der help and hope Stiftung pflegen, trägt wahrscheinlich zu den meisten Veränderungen bei. Die Stiftung ist mit absolutem Herzblut dabei, und initiiert immer wieder neue Aktionen, an denen man sich sowohl finanziell als auch durch aktive Mitwirkung beteiligen kann. Das war auch einer der Punkte, die uns dazu bewegt haben, dass wir uns bei der Stiftung engagieren. Aktuell startet das Bauvorhaben einer Herberge für Kinder und Jugendliche. Diese Herberge hat den Zweck, dass Projekte von Kindern und Jugendlichen nicht nachmittags um 16 Uhr enden müssen, sondern dass im Anschluss des Projektes durch gemütliches Zusammensein und Übernachten zudem noch das soziale Miteinander gestärkt wird. Des weiteren gibt es immer zum Jahresende die „Wunschbaumaktion“. Hier bekommt man im Gegenwert von 15 € einen Wunschbaumstern. Jeder Stern steht für ein Weihnachtsgeschenk für benachteiligte Kinder und Jugendliche. Am Ende der Aktion informiert die Stiftung darüber, wie viele Geschenke sie durch diese Aktion insgesamt möglich machen konnten. Im Jahr 2024 waren es 7.500 Weihnachtsgeschenke. Link zur Stiftung in den Anlagen und Referenzen.

Erlöse

2024 --> **5.169.952,83 €**

2023 --> **4.862.777,50 €**

Abgaben

2024 --> **532.626,01 €**

2023 --> **445.921,80 €**

Subventionen

2024 --> **1.000 €**

2023 --> **9.750 €**

Wertschöpfung

2024 --> **2.346.079,28 €**

2023 --> **2.214.842,75 €**

Netto-Abgabenquote

2024 --> **22,7 %**

2023 --> **20,1 %**

(Gerechnet ist hier der prozentuale Anteil der o.g. Abgaben in Bezug auf die o.g. Wertschöpfung)

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

2024 --> **1,2 %**

2023 --> **1 %**

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

2024 --> **0 %**

2023 --> **0 %**

(Ist leider nicht nennbar, da es nicht bemessen wurde.)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

- CO2 Fußabdruck berechnet

In 2023 haben wir mit dem Tool „Eco-Cockpit“, unseren CO2 Fußabdruck berechnet. Das Ergebnis dazu ist in den Anlagen und Referenzen zu finden.

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Spendenbudget definieren und verteilen
Wir haben ein „Gemeinwohl-Budget“. Darunter ist aber nicht festgelegt, wie hoch der Anteil an Spenden sein darf bzw. kann.
- Ehrenamtliches und soziales Engagement von Mitarbeitenden im Rahmen der Arbeitszeit systematisch erfassen und veröffentlichen, um weiteres Engagement zu fördern.

E2.2 Negativ-Aspekt: Illegitime Steuervermeidung

Berichtsfrage

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

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

Wir können bestätigen, dass ICN keinerlei Praktiken betreibt, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung entziehen.

E2.3 Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention

Berichtsfrage

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

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

Wir als ICN können bestätigen, dass wir selbst keine korruptionsfördernden Praktiken betreiben. Lobbying-Aktivitäten betreiben wir nicht.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

E3.1 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Berichtsfragen

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

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

Wie werden Umweltdaten veröffentlicht?

Erfasste negative Umweltwirkungen

- Strom (ICN)
- Strom Rechenzentrum
- Gas
- Trinkwasserverbrauch
- Papier + Druckerzubehör
- ICN Fahrten

Veröffentlichung

Bisher werden keine Umweltdaten veröffentlicht. Das wird durch die GWÖ-Bilanz erstmalig passieren.

Wir haben unseren CO2 Fußabdruck berechnet, das war aber erstmal nur für uns intern.

Erfassung und Bewertung

Negative Umweltwirkungen werden bisher nicht systematisch erfasst und gemessen. Es gibt bereits an unterschiedlichen Stellen Maßnahmen zur Reduktion negativer Umweltwirkungen:

- interne Nutzung von Ökostrom
- die Dächer „unseres“ Rechenzentrums sind mit einer Solaranlage ausgestattet. Der hier erzeugte Strom deckt einen Großteil des Energiebedarfs ab. Über den restlichen, benötigten Strom haben wir aktuell keine Information
- Automatisierung der Heizungsregelung
- Essenslieferungen: Der Verpackungsmüll wird bereits reduziert durch einen Essenslieferant in Dortmund, der die Mahlzeiten nur 1x pro Woche anliefert und zwar in Weck-Gläsern. In der darauffolgenden Woche werden die leeren, sauberen Gläser wieder abgeholt und neue Mahlzeiten angeliefert. Dieser Lieferant heißt Potpourri (Link in den Anlagen und Referenzen) Dieser liefert zudem auch unseren Obstkorb. Potpourri bezahlt außerdem für jede Bestellung die dort eingeht, ein Mittagessen für ein Schulkind im Südsudan. Die Mahlzeiten werden für unsere Mitarbeitenden von ICN bezuschusst.
- Bewegungsmelder in den öffentlichen Bereichen (Flur/Küche/Durchgänge)

Relevante Umweltkonten des Unternehmens

2024

Strom ICN Gebäude + Büros:

62.000 kWh - Anbieter YELLO Strom. Laut Anbieter ist dieser zu 100% Ökostrom. Der hier angegebene Emissionsfaktor liegt bei 0.

Strom Rechenzentrum:

38.440 kWh (Infos zum RZ in Anlagen und Referenzen)

Gasverbrauch:

40.000 kWh

Trinkwasser:

500 m³

Papierverbrauch:

Hochrechnung inkl. Kopierpapier, Notizblöcken, Post-IT ca. 8 kg

Toner/Tinte:

Wir haben insgesamt 6 Drucker (5x Laser, 1x Tinte) auf unserer gesamten Bürofläche verteilt. Pro Drucker benötigen wir im Jahr durchschnittlich einen Satz Toner bzw. für den Tintenstrahldrucker 2 Sätze.

Gefahrene km mit ICN Fahrzeugen:

VW Up 2.523 km

VW Caddy 1.876 km

VW Golf 4.468 km

= gesamt 8.867 km

2023

Strom ICN Gebäude + Büros:

56.625 kWh - Anbieter YELLO Strom. Laut Anbieter ist dieser zu 100% Ökostrom. Der hier angegebene Emissionsfaktor liegt bei 0.

Strom Rechenzentrum:

38.444 kWh (Infos zum RZ in Anlagen und Referenzen)

Gasverbrauch:

23.643 kWh

Trinkwasser:

365 m³

Papierverbrauch:

Hochrechnung inkl. Kopierpapier, Notizblöcken, Post-IT ca. 10 kg

Toner/Tinte:

Wir haben insgesamt 6 Drucker (5x Laser, 1x Tinte) auf unserer gesamten Bürofläche verteilt. Pro Drucker benötigen wir im Jahr durchschnittlich einen Satz Toner bzw. für den Tintenstrahldrucker 2 Sätze.

Gefahrene km mit ICN Fahrzeugen:

VW Up 2.854 km

VW Caddy 2.035 km

VW Golf 4.940 km

= gesamt 9.829 km

Anfahrt der Mitarbeiter:

PKW (82.890 km)

ÖPNV (9.630 km)

Kombinierte Verkehrsmittel (48.834 km)

(2023: Teilweise selbst „umgerechnet“, da die Hausverwaltung die meisten Verbräuche nur in € angibt.)

(2024: Nebenkostenabrechnung für 2024 bekommen wir erst Ende des Jahres. Deswegen sind die Verbräuche teilweise Hochrechnungen, da wir außerdem im Frühjahr 2023 eine weitere Etage (Staffelgeschoß) bezogen haben.)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

- Einführung Job-Rad
- Förderung von ÖPNV-Pendelverkehr für unsere Azubis
- Fahrradstellplätze für Mitarbeitende geschaffen
- CO₂-Ausstoß berechnet und kompensiert
- Rechnungsversand digitalisiert
- Wassersparende Perlatoren eingesetzt wo möglich
- Mülltrennung optimiert:
Mehr Müllbehälter aufgestellt, bessere Kennzeichnung, mit Reinigungspersonal über Entsorgung gesprochen

Verbesserungspotenziale/Ziele

- **Anforderung an Hausverwaltung für genauere Nebenkostenabrechnung:** Hausverwaltung um eine genauere Nebenkostenabrechnung bitten. Nicht nur Euro Angaben, sondern tatsächliche Verbräuche.
- **Stromversorgung RZ hinterfragen:** „Die Dächer des Rechenzentrums sind mit einer Solaranlage ausgestattet. Der hier erzeugte Strom deckt einen Großteil des Energiebedarfs ab. Zusätzlich wird die Stromversorgung des Rechenzentrums durch das öffentliche Stromnetz sichergestellt.“ Mehr wissen wir aktuell nicht. Hier gilt es nochmal zu hinterfragen, was mit Großteil gemeint ist und was mit dem Strom ist, der aus dem öffentlichen Netz eingespeist wird.

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

Berichtsfrage

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

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

ICN kann bestätigen, dass wir nicht gegen Umweltauflagen verstoßen bzw. die Umwelt nicht unangemessen belasten.

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

E4.1 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Berichtsfragen

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

Ganz allgemein berichten wir über Neuerungen, Updates über ICN, Zukäufe neuer Unternehmen etc. über unsere gängigen Kommunikationskanäle wie z.B. unserer Webseite, hier speziell in unserem Blog (Link unter Anlagen + Referenzen) und Social Media. Unser unternehmerisches Handeln machen wir in der Regel ebenfalls über diese Kanäle sichtbar. Zusätzlich haben unsere Berührungsgruppen jederzeit die Möglichkeit, für sie relevante Daten bei uns zu erfragen.

Intern für uns wird dies tiefgreifender erfasst und auch ausführlicher an die Mitarbeiter weitergegeben. Die Art der Erfassung hängt von der jeweiligen Information ab. Verwendet dafür werden in der Regel Standard-Tools aus Office o.Ä.

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

Es steht jedem frei, sich über ICN als Unternehmen selbstständig zu informieren, Informationen anzufordern und sich seine eigene Meinung zu bilden. Auf Wunsch treten wir auch gerne in den Dialog. Da ICN als mittelständisches Unternehmen nicht im großen, öffentlichen Interesse bzw. Fokus steht, wird dies bisher nicht wirklich eingefordert oder gewünscht.

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

Da dieser Dialog bisher nicht wirklich eingefordert oder gewünscht wird, gibt es dazu auch noch keine Dokumentationen bzw. festgelegte Vorgehensweise, wie diese in die Entscheidungsfindung einfließen könnte.

Veröffentlichung eines Gemeinwohl-Berichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung

2024 --> **Nein**

2023 --> **Nein**

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

2024	
Mitentscheidungsgrad	Anteil der Mitentscheidung (in %)
0	0
2023	
Mitentscheidungsgrad	Anteil der Mitentscheidung (in %)
0	0

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Gemeinwohl-Orientierung auf Website kommunizieren
- Nachhaltigkeit und Gemeinwohl-Orientierung in Branchen-Netzwerken kommunizieren / präsentieren
- Bestehende Netzwerke nutzen, um einzelne Themen, Projekte oder Maßnahmen vorzustellen

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

Berichtsfrage

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

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

Wir können bestätigen, dass ICN keine falschen Informationen über sich als Unternehmen oder sonstige gesellschaftliche Phänomene verbreitet.



Ausblick

Kurzfristige Ziele

- Highlights der Gemeinwohl-Bilanz in der Mitarbeitenden-Versammlung vorstellen (C3.1)
- Ehrenamtliches und soziales Engagement von Mitarbeitenden im Rahmen der Arbeitszeit systematisch erfassen und veröffentlichen, um weiteres Engagement zu fördern. (E2.1)
- Stromversorgung RZ hinterfragen (E3.1)
- Bestehende Netzwerke nutzen, um einzelne Themen, Projekte oder Maßnahmen vorzustellen (E4.1)
- Nachhaltigkeit und Gemeinwohl-Orientierung in Branchen-Netzwerken kommunizieren / präsentieren (E4.1)
- Gemeinwohl-Orientierung auf Website kommunizieren (E1.1)
- Mit anderen Unternehmen in der Branche / Region gemeinsame Events anbieten (E1.1)

Langfristige Ziele

- Auswahlkriterien für Lieferant*innen definieren (A1.1)
- Nutzung bzw. Ausbau von Solar- / Photovoltaik-Anlagen prüfen
- Ladesäulen für E-Autos / E-Bikes zur Verfügung stellen (C3.1)
- Einkaufsrichtlinien festlegen - warum wird welche Hardware angeboten (D3.1)
- Anforderung an Hausverwaltung für genauere Nebenkostenabrechnung (E3.1)
- Gemeinwohl-Gedanken intern verankern (E1.1)

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

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

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

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

- **Nina Hülsken**
Marketing Managerin ICN
- **Peter Hansemann**
Geschäftsführung ICN
- **Heiko Hähnel**
Geschäftsleitung / Prokurist / Technischer Leiter ICN
- **Felix Bertsch und Nadine Voss**
Einkauf / Vertriebsinnendienst ICN
- **Laurence Kohlmann und Anh Nguyen**
Personalabteilung ICN
- **Christina Kuhlmann**
Teamassistentin und Ausbildungsbeauftragte ICN
- **Nicole Tschador**
Buchhaltung ICN

Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?

200 Stunden

(Schätzung inkl. Zuarbeit aller Beteiligten)

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

Bereits vor Beginn des Prozesses wurde allen Mitarbeitenden mitgeteilt, dass wir in diesem Jahr (2025) eine GWÖ-Bilanz im Peer-Verfahren anfertigen werden und wie der Ablauf ist.

Wenn der Prozess abgeschlossen ist, wird dies erneut kommuniziert und die Bilanz bzw. Bericht vor- und bereitgestellt.

Anhang

Anhang 1: Anmerkungen zu Angaben im GWB-Rechner

A Lieferant*innen

B Eigentümer*innen, Eigenkapital- und Finanzpartner*innen

C Mitarbeitende und Arbeitspartner*innen

D Kund*innen und Geschäftspartner*innen

E Globale Gemeinschaft, Natur und Lebewesen

Anhang 2: Liste der Anlagen und Referenzen

Bezug	Name	Typ	Kommentar
Angaben zu Beginn Allgemeines zum Unternehmen	Anteile_Umsätze_ICN.pdf	Anlage	Diagramm Umsatzanteile
Angaben zu Beginn Allgemeines zum Unternehmen	https://www.icn.de/	Referenz	Webseite ICN GmbH + Co. KG
Angaben zu Beginn Allgemeines zum Unternehmen	https://www.instagram.com/icn_gmbh/	Referenz	Instagram Profil
Angaben zu Beginn Allgemeines zum Unternehmen	linkedin.com/company/icn-gmbh-co-kg	Referenz	LinkedIn Profil
Angaben zu Beginn Das Unternehmen und das Gemeinwohl	Urkunde_-2024-01-17T102831.589.pdf	Anlage	Urkunde AfB
Angaben zu Beginn Das Unternehmen und das Gemeinwohl	Urkunde_11-94248_DE.pdf	Anlage	Wilderness International Urkunde
Angaben zu Beginn Das Unternehmen und das Gemeinwohl	https://www.helpandhope-stiftung.com/ueber-unsere-stiftung/#foerderer	Referenz	Bronze-Förderer help and hope Stiftung
Angaben zu Beginn Das Unternehmen und das Gemeinwohl	https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7189542621508247552/	Referenz	Social Day Gut Königsmühle
Angaben zu Beginn Das Unternehmen und das Gemeinwohl	müllsammeln__Blutspenden.jpg	Anlage	Fotos Müllsammeln + Blutspenden
Aspekt A1.1 Menschenwürde in der Zulieferkette	fa-coc-verhaltenskodex-221124-ansicht.pdf	Anlage	Code of Conduct Flyeralarm
Aspekt A1.1 Menschenwürde in der Zulieferkette	https://www.eset.com/de/about/karriere/benefits/?srsltid=AfmBOocy-stjt336uln-2m1gplsMq9QBCEFW34yI00JZ1_1ONrInrsIR	Referenz	ESET Mitarbeiter Benefits
Aspekt A1.1 Menschenwürde in der Zulieferkette	https://www.flyeralarm.com/de/i/lieferkette	Referenz	Verfahrensordnung zum Beschwerdeverfahren gemäß § 8 Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz
Aspekt A1.1 Menschenwürde in der Zulieferkette	https://www.gratopp-it.de/	Referenz	GratoppIT
Aspekt A1.1 Menschenwürde in der Zulieferkette	https://www.ikea.com/de/de/this-is-ikea/work-with-us/gleichheit-vielfalt-arbeitsplatz-pub86a2cb59/	Referenz	IKEA
Aspekt A1.1 Menschenwürde in der Zulieferkette	https://www.microsoft.com/de-de/berlin/nachhaltigkeit.aspx	Referenz	Nachhaltigkeitsbericht Microsoft
Aspekt A3.1 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	Terra_Cloud.pdf	Anlage	Info zu Rechenzentrum
Aspekt C1.1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	02_TEAMEALK_DORTMUND_2024_GRUPPENBILDER020.jpg	Anlage	Team Walk Tour 2024
Aspekt C1.1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	1694156505347.jpg	Anlage	Team Walk Tour 2023
Aspekt C1.1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	IMG-20230517-WA0006.jpg	Anlage	B2Run 2023

Bezug	Name	Typ	Kommentar
Aspekt C1.1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	IMG_3425.JPEG	Anlage	B2Run 2024
Aspekt C1.1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	https://www.praevent-gmbh.de/	Referenz	Partner für Arbeitsmedizin, Arbeitssicherheit und Betriebliches Gesundheitsmanagement
Aspekt C1.1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	https://www.upletics.de/	Referenz	Unser Partner für Fitnesskurse
Aspekt C2.1 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	https://www.personio.de/	Referenz	Link zu unserem HR Tool
Aspekt C3.1 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden	https://mein-potpourri.de/	Referenz	Mittagessen und Frühstück
Aspekt C3.1 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden	https://www.die-grillwurst.de/	Referenz	(Grill-) Fleisch
Aspekt C3.1 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden	https://www.icn.de/unternehmen/gemeinwohl	Referenz	Unsere Seite zum Gemeinwohl. Überarbeitung geplant für Ende 2025.
Aspekt C3.1 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden	https://www.xn--getrnke-rudat-efb.de/	Referenz	Getränke
Aspekt C4.1 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	Wiki_Startseite.png	Anlage	Startseite unseres Wikis mit Übersicht der einzelnen Kategorien
Aspekt D1.1 Ethische Kund*innenbeziehung	Servicemanagement_Schulungen.pdf	Anlage	Servicemanagement - Prozess / Schulungen
Aspekt D1.1 Ethische Kund*innenbeziehung	https://www.icn.de/datenschutz	Referenz	Datenschutzerklärung ICN
Aspekt D1.1 Ethische Kund*innenbeziehung	https://www.icn.de/it-betrieb-fuer-kmu/it-service-zum-festpreis	Referenz	Infos zu unseren individuellen Flatmodellen.
Aspekt D1.1 Ethische Kund*innenbeziehung	https://www.icn.de/loesungen/informationssicherheit	Referenz	IT-Sicherheitskatalog Beispiel unten auf der Seite.Vereinfachte Form in Excel, wie sie noch in 2023 und teilweise in 2024 angewendet wurde. Mittlerweile haben wir dazu ein Tool entwickelt, das wir verwenden.
Aspekt D1.1 Ethische Kund*innenbeziehung	https://www.icn.de/unternehmen/gemeinwohl	Referenz	Unsere Seite zum Gemeinwohl
Aspekt D1.1 Ethische Kund*innenbeziehung	https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7243984389640970240	Referenz	digitale Woche Dortmund 2024
Aspekt D1.1 Ethische Kund*innenbeziehung	https://www.linkedin.com/posts/nina-h%C3%BClken_wow-das-war-ein-toller-start-in-die-digitale-aktivit%C3%BC7112057239456108545-PV_Z?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Referenz	digitale Woche Dortmund 2023
Aspekt D1.2 Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen	https://www.icn.de/karriere/werte-leitbild	Referenz	Werte + Leitbild
Aspekt D2.1 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	https://www.gratopp-it.de/	Referenz	Gratopp IT, Kooperationspartner seit ca. 2022

Bezug	Name	Typ	Kommentar
Aspekt D2.1 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	https://www.linkedin.com/posts/nina-h%C3%BClken_wow-das-war-ein-toller-start-in-die-digitale-activi-ty-7112057239456108545-PV_Z?utm_source=share&utm_medium=member_desktop&rcm=ACoAAA-lByMB-MYKhkvT3crhl	Referenz	LinkedIn Artikel zur digitalen Woche Dortmund 2023
Aspekt D2.1 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	https://www.uv-do.de/it-club-im-unternehmensverband/	Referenz	Infos IT-Club
Aspekt D3.1 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	Grafiken_Nachhaltigkeitskompetenz_Weitblick.pdf	Anlage	Grafik zur Nachhaltigkeitskompetenz "Weitblick". Der Leitsatz dieser Kompetenz ist im orangefarbenen Feld zu finden. Die Fallbeispiele und Lösungen sind in den anderen Ecken verteilt. Unsere zugeordneten Werte finden sich in den Zahnrädern wieder. Diese Darstellungen wird verwendet, um es unseren Mitarbeitenden anschaulich zu erklären.
Aspekt D3.1 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	https://www.afb-group.de/	Referenz	AfB gemeinnützige GmbH
Aspekt D4.1 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz	https://www.icn.de/media/Leistungsmodule/ICN_Leistungsbeschreibungen_und_Servicebedingungen_10.2023.pdf	Referenz	Leistungsbeschreibungen und Servicebedingungen
Aspekt D4.1 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz	https://www.icn.de/partner	Referenz	Unsere Partner
Aspekt E1.1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	https://www.icn.de/it-betrieb-fuer-kmu/sicherer-it-betrieb	Referenz	Sicherer IT-Betrieb.
Aspekt E1.1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	https://www.icn.de/loesungen/informationssicherheit	Referenz	Informationssicherheit für den Gesundheitsbereich
Aspekt E1.1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	https://www.uv-do.de/domo-bewerbung/	Referenz	Info zu Domo Stipendium
Aspekt E2.1 Beitrag zum Gemeinwesen	Bericht_Eco_Cockpit_2023.pdf	Anlage	Berechnung CO2 Fußabdruck
Aspekt E2.1 Beitrag zum Gemeinwesen	IMG_4081_1087x611.jpg	Anlage	Social Day 2024 bei der help and hope Stiftung
Aspekt E2.1 Beitrag zum Gemeinwesen	IMG_8814.jpeg	Anlage	Neue Trainingsjacken für den SV Barop
Aspekt E2.1 Beitrag zum Gemeinwesen	Patenurkunde_000708_sanitized_by_OPSWAT_Meta-Defender_9f1750fe33614d-19bf3961955ee39337.pdf	Anlage	Zoo Dortmund
Aspekt E2.1 Beitrag zum Gemeinwesen	Urkunde_11-94248_DE_lo4e-z2A.pdf	Anlage	Wildnisschutz Urkunde von Wilderness International
Aspekt E2.1 Beitrag zum Gemeinwesen	https://www.helpandhope-stiftung.com/	Referenz	help and hope Stiftung Gut Königsmühle

Bezug	Name	Typ	Kommentar
Aspekt E2.1 Beitrag zum Gemeinwesen	https://www.icn.de/karriere/werte-leitbild	Referenz	Seite zu unseren Werten + Leitbild
Aspekt E3.1 Reduktion ökologischer Auswirkungen	https://mein-potpourri.de/	Referenz	Lieferant Frühstück und Mittagessen
Aspekt E3.1 Reduktion ökologischer Auswirkungen	https://www.wortmann.de/de-at/content/cloud-detail.aspx	Referenz	Infos Gebäude RZ

Unternehmenslogo

ICN_LMS_Petrol-Schwarz.png

GWÖ-Mitgliedschaft

Haupt-Verein: Deutschland e.V. / Mitgliedsnummer 20250091DE

Regional-Verein: Ennepe-Ruhr-Wupper e.V. / Regional-Gruppe: Dortmund

Mitgliedsnummer 20250005ERW

ICN GmbH + Co. KG
Joseph-von-Fraunhofer-Straße 29
44227 Dortmund

Verantwortliche Person: Nina Hülsken

Kompaktbilanz nach Gemeinwohl-Matrix 5.0.1
Berichtszeitraum: 01.01.2023 bis 31.12.2024

Erstellungsdatum: 22.09.2025

Dieser Bericht wurde in goodbalancer erstellt
www.goodbalancer.org

