

Wirkungsrating Nachhaltigkeit

FAIRFAMILY GmbH

Ergebnisbericht

concern

1 Bedarf von Firmenkunden

Nachhaltigkeit wird für Unternehmen ein immer wichtigeres Thema, um sich langfristig erfolgreich zu entwickeln und der sozialen und ökologischen Verantwortung gerecht zu werden. Viele Produkte und Dienstleistungen können Unternehmen dabei unterstützen, wenn sie einen Beitrag zur Nachhaltigkeit von Unternehmen leisten. Damit kann sichergestellt werden, dass sich Unternehmen trotz begrenzter Ressourcen in wesentlichen Nachhaltigkeitsfaktoren positiv entwickeln.

Das Wirkungsrating unterstützt Unternehmen, geeignete Anbieter zu finden. Es liefert Informationen zur Nachhaltigkeit des Anbieters und zeigt auf, worin der nachhaltige Mehrwert eines Lösungsangebotes liegt. Ausgezeichnete Anbieter erfüllen Mindestanforderungen in vier Bereichen. Damit gewährleisten sie die Einhaltung aller relevanten regulatorischen Vorgaben und erfüllen die Voraussetzungen, um Unternehmen effektiv bei der Verbesserung ihrer Nachhaltigkeit zu unterstützen. Die Bereiche sind in der Tabelle beschrieben:

	Prüfbereich	Mehrwert	Beispiel
Anbieter	Nachhaltigkeitsmanagement	Der Anbieter verfügt über Strukturen und Prozesse zur Steuerung von Nachhaltigkeit	Nachhaltigkeitsexperten des Anbieters
	Integration in die Wertschöpfungskette	Der Anbieter integriert Nachhaltigkeit in alle relevanten Prozesse entlang der Wertschöpfungskette	Personalprozesse berücksichtigen Nachhaltigkeitsfaktoren
	Maßnahmen in der Wertschöpfungskette	Der Anbieter setzt passende Maßnahmen in allen wesentlichen Nachhaltigkeitsfaktoren um	Effektive Maßnahmen zum Gesundheitsschutz
Produkt	Produkte mit Nachhaltigkeitsmehrwert	Das Produkt trägt nachweislich zur Verbesserung in wesentlichen Nachhaltigkeitsfaktoren bei. Unternehmen werden bei der Einführung und der Kommunikation unterstützt.	Senkung von krankheitsbedingten Fehlzeiten Unterstützung von Aktionstagen

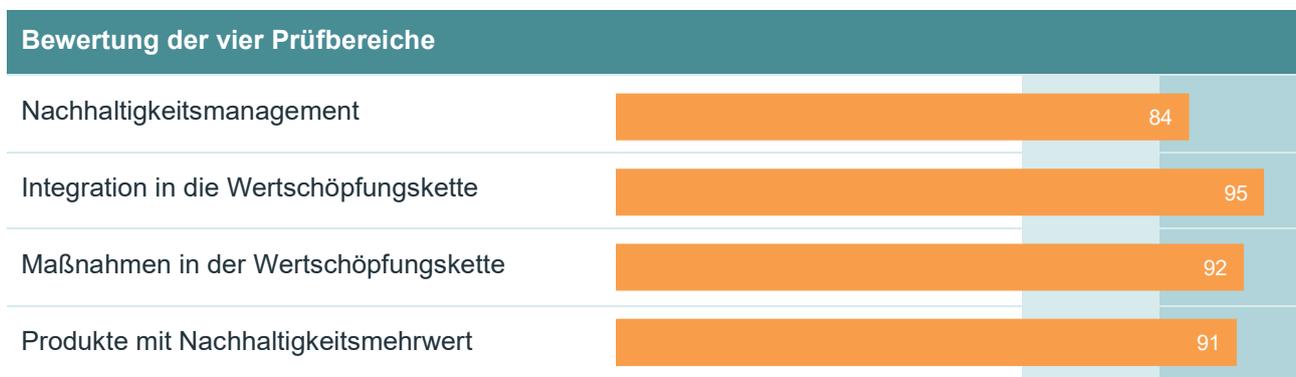
2 Bewerteter Anbieter

Anbieter	FAIRFAMILY ist eine Unternehmensberatung. Mit ihrem Ansatz begleiten sie insbesondere mittelständische Unternehmen dabei, zu einem nachhaltig gesunden und attraktiven Arbeitgeber zu werden. FAIRFAMILY verfügt über eine integrierte Nachhaltigkeitsstrategie, welche in 2023 erarbeitet wurde.
Sektor	Unternehmensberatung für gesunde Unternehmenskulturen und Spezialist für ganzheitliche Gesundheitssysteme
Größenklasse	10 – 50 Mitarbeitende
Produktlösung	Bewertet wurden das Gesundheits-Benefit-System und das HR-Coaching.
Zusammenhang Nachhaltigkeit	Die ganzheitlichen Ansätze der Unternehmensberatung unterstützen, die Arbeitgeber-Attraktivität zu erhöhen, Krankheitstage zu senken und eine nachhaltig gesunde Unternehmenskultur aufzubauen. Die Beratung bildet die Grundlage für Stabilität, Wachstum und Gewinnoptimierung. Die ganzheitlichen Gesundheitssysteme integrieren innovative Gesundheitsbudgets, Services für einen besseren Zugang zu Gesundheitsservices, sowie die Unterstützung der mentalen Gesundheit sowie weitere Maßnahmen zur Gesundheitsförderung. Das HR-Coaching zielt darauf, Unternehmer und

Personalverantwortliche bei der Verbesserung ihrer Prozesse und dem Aufbau einer gesunden Unternehmenskultur zu unterstützen. Mit den Produktlösungen werden die Nachhaltigkeitsfaktoren Ausbildung und Kompetenzentwicklung, Beschäftigungssicherung und Gesundheit adressiert.

3 Wirkungsindex

Prüfung	Es wurde geprüft, wie gut der Anbieter in den vier Prüfbereichen aufgestellt ist. Der Wirkungsindex ist der Mittelwert über die Ergebnisse der vier Bereiche. Je höher der Wirkungsindex, desto wahrscheinlicher ist es, dass der Anbieter und seine Produktlösung Unternehmen effektiv bei der Verbesserung ihrer Nachhaltigkeit unterstützt.
Ergebnis	Mit einem Wirkungsindex von 91 von 100 Punkten erreicht die FAIRFAMILY das Gesamtergebnis „Exzellent“ .



Legende: Ergebnisseniveau: = befriedigend bis gut | = sehr gut bis exzellent

Prüfbereich	Stärken	Weiterentwicklung
Nachhaltigkeitsmanagement	Systematische Integration von Nachhaltigkeit in Leitbild und Geschäftsstrategie Kodizes für Mitarbeitende und Lieferanten	Aufbau Nachhaltigkeitsorganisation Nachhaltigkeitsberichterstattung
Integration in die Wertschöpfungskette	Berücksichtigung von Nachhaltigkeit in den relevanten Prozessen im Bereich Einkauf, Infrastruktur, Personal, Vertrieb und Marketing sowie Customer Success	Engagement mit Kooperationspartnern zu Nachhaltigkeitsthemen ausbauen
Maßnahmen in der Wertschöpfungskette	Alle wesentlichen Nachhaltigkeitsfaktoren in den Bereichen Ökologie, Soziales und Governance werden mit passenden Maßnahmen adressiert	Weiterentwicklungsmöglichkeiten in einzelnen Bereichen, z.B. Tarifverhandlungen und sozialer Dialog sowie digitale Verantwortung
Produkte mit Nachhaltigkeitsmehrwert	Gesundheits-Benefit-System und HR-Coaching unterstützen Kunden in der Verbesserung ihrer Nachhaltigkeit im Sinne des Nutzungsversprechens der Produkte Kunden werden umfassend bei der Einführung begleitet und Wirkungen evaluiert	Wirkungsmessung im Bereich HR-Coaching ausweiten Unterstützung Firmenkunden bei Nachhaltigkeitsberichterstattung

4 Detailergebnisse

Nachhaltigkeitsmanagement

Ergebnis	
Positionsbestimmung	88
Rahmenbedingungen	90
Normen	91
Strategie	95
Governance	79
Messung	85
Kommunikation	63

Integration in die Wertschöpfungskette

Ergebnis	
Finanzmarkt	nicht wesentlich
Beschaffungsmarkt	90
Geschäftsbetrieb	95
Absatzmarkt	100

Maßnahmen in der Wertschöpfungskette

Bewertete Nachhaltigkeitsfaktoren	Wesentlichkeit				Ergebnis
	F	B	G	A	
E Klimaschutz	●	●	●		97
Anpassung an Klimawandel			●	●	100
Kreislaufwirtschaft	●	●			100
S Diversität und Inklusion			●	●	85
Ausbildung und Kompetenzentwicklung			●	●	100
Beschäftigungssicherung			●	●	100
Soziale Absicherung			●	●	100
Tarifverhandlungen und sozialer Dialog			●	●	85
Vergütung			●	●	90
Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben			●	●	90
Gesundes und sicheres Arbeitsumfeld			●	●	100
Interessen von Kunden				●	100
G Unternehmensethik und -kultur			●	●	100
Digitale Verantwortung			●	●	80

Legende: ● Wesentliche Nachhaltigkeitsfaktoren in Bezug auf die Wertschöpfungskette (F = Finanzmarkt | B = Beschaffungsmarkt | G = Geschäftsbetrieb | A = Absatzmarkt) | **E** = Umweltfaktoren (engl. Environment) | **S** = Sozialfaktoren (engl. Social) | **G** = Governancefaktoren (Unternehmensführung) | Ergebnisniveau: ■ = befriedigend bis gut | ■ = sehr gut bis exzellent

Produkte mit Nachhaltigkeitmehrwert

Gesundheits-Benefit-System	
Wirkungsschwerpunkte: Gesundes und sicheres Arbeitsumfeld Beschäftigungssicherung	
Mehrwerte für Kunden	100
Beitragsmessung	85
Kommunikation und Reichweite	90

HR-Coaching	
Wirkungsschwerpunkte: Ausbildung und Kompetenzentwicklung Beschäftigungssicherung	
Mehrwerte für Kunden	100
Beitragsmessung	80
Kommunikation und Reichweite	90

5 Verwendungshinweise

Siegel		<p>Grundlage der Gesamtbewertung ist das Urteil im Wirkungsindex. Hier wurden 91/100 Punkten erreicht. Der Anbieter erhält ein Siegel mit dem Ergebnis der Gesamtbewertung „Exzellent“.</p> <p>Das Siegel hat eine Gültigkeit von zwei Jahren ab dem Zeitpunkt des Abschlusses der Begutachtung.</p>
Mindeststandards	<p>Es konnten keine in öffentlichen Datenbanken veröffentlichten Verstöße gegen Mindeststandards der Nachhaltigkeit festgestellt werden.</p>	
Entwicklungsplan	<p>Da Nachhaltigkeit ein Transformationsthema für Anbieter ist und sie sich in einem laufenden Entwicklungsprozess befinden, besteht die Möglichkeit, Maßnahmen zu vereinbaren, die innerhalb eines Zeitraums von 6 bis 12 Monaten nachweislich umgesetzt werden. Sofern Maßnahmen vereinbart wurden, werden diese hier dokumentiert: Vertiefung Wesentlichkeitsanalyse (Erfüllung Anforderungen CSRD) Abschluss Zertifikatslehrgang des/r Nachhaltigkeitsbeauftragten Erzielung von Messergebnissen zu den identifizierten Indikatoren und Erstellung Nachhaltigkeitsbericht für das GJ 2024 mit Veröffentlichung in 2025 Bereitstellung von Vorlagen für Kunden zur Integration der FAIRFAMILY-Leistungen in die Nachhaltigkeitsberichterstattung</p>	
Veröffentlichung	<p>Das Siegel kann für die interne und externe Kommunikation verwendet werden. Mit der externen Kommunikation des Siegels durch die Auftraggeberin erfolgt eine Veröffentlichung dieses Berichtes auf unserer Internetseite www.concern-rating.de.</p>	
Bewertungssystem	<p>Detaillierte Informationen zur Methodik des Wirkungsratings finden Sie ebenfalls unter www.concern-rating.de.</p>	
Sorgfaltspflichten	<p>In der Kommunikation durch die Auftraggeberin ist darauf zu achten, dass sich diese eindeutig auf den Untersuchungsgegenstand bezieht. Der Aussagegehalt des Ratings sollte nicht missverständlich dargestellt werden. Dabei sei insbesondere darauf hingewiesen, dass das Rating keine Aussage darüber macht, ob ein Unternehmen oder Produkt nachhaltig im Sinne einer Offenlegungsverordnung oder Taxonomie ist, da es derzeit dafür keinen relevanten Rahmen für dieses Produkt gibt.</p>	
Vorbehalt	<p>Wir behalten uns vor, aufgrund einer Veränderung der rechtlichen Situation, Anpassungen an den Analysen, dem Ergebnisbericht oder der Formulierung des Siegels vorzunehmen. Bei zukünftig bekanntwerdenden Verstößen gegen Mindestanforderungen oder Veränderung der Umsetzungspraxis der Auftraggeberin behalten wir uns vor, eine weitere Verwendung des Siegels zu untersagen. Zudem wird die Umsetzung der Maßnahmen des Entwicklungsplans überprüft. Sollten diese nicht umgesetzt worden sein, ist eine Herabstufung möglich.</p>	

