

# Gemeinwohlbericht 2016/17



Inhaltsverzeichnis

Informationen zum Unternehmen.....	4
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette .....	8
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette .....	11
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette.....	15
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette.....	18
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln .....	24
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln .....	26
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung .....	28
B4 Eigentum und Mitentscheidung .....	30
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz.....	31
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge.....	36
C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden .....	39
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz.....	41
D1 Ethische Kund*innenbeziehungen.....	43
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen.....	46
D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen .....	50
D4 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz.....	52
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen .....	55
E2 Beitrag zum Gemeinwesen .....	59
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen .....	63
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung .....	66

Tabellen

Tabelle Gesamtumsatz nach Bereichen und Finanzierung .....	5
A1 - A4 Übersicht der Bewertung der Zusatzpunkte für die vier gewichtigsten eingekauften Produktkategorien .....	20
A1 – A4 Details der Bewertung der Zusatzpunkte für die vier gewichtigsten eingekauften Produktkategorien .....	22
Tabelle Zukunftsaufwendungen .....	26
Tabelle Demografische Verteilung der Mitarbeitenden nach Dimensionen der Diversität .....	34
Tabelle Gesellschaftliche Diversität des Umfelds .....	35
Tabelle Produkte des Unternehmens 2016/2017 im Überblick .....	52
Tabelle Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes .....	56
Tabelle Gesellschaftliche Wirkungen .....	57
Tabelle Reichweite von Lehrtätigkeit und Vorträgen .....	57

## Informationen zum Unternehmen

Firmenname:	Humanistic Management Practices HMP
Eigentums- und Rechtsform:	gGmbH, Eigentümer zu 100 % Gerd Hofielen
Website:	<a href="http://www.hm-practices.org">www.hm-practices.org</a>
Branche:	Ethische Unternehmensberatung, Nachhaltigkeits-Analysen und wissenschaftliche Forschung
Firmensitz:	Berlin
Gesamtanzahl d. Mitarbeitenden:	4 inkl Praktikantin, freier Mitarbeiter
Vollzeitäquivalente:	Zwei
Saison- oder Zeitarbeitende:	Keine
Umsatz:	65.000 € 2016 ; 70.000 € 2017
Jahresüberschuss:	0, da gemeinnützig
Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen:	keine
Berichtszeitraum:	Kalenderjahre 2016 und 2017

## Kurzpräsentation des Unternehmens

Humanistic Management Practices gGmbH HMP ist ein do & think tank mit Sitz in Berlin. Das Unternehmen fördert, verbreitet und erforscht eine humanistisch inspirierte Ethik und ökologische Nachhaltigkeit in der Wirtschaft, weil es überzeugt ist, dass ökofaires Wirtschaften mit dem Gemeinwohl vor Augen zukunftstauglich und erfolgreich macht und zur Lösung globaler Probleme beiträgt. Das heißt, erfolgreiche Geschäftsmodelle werden idealerweise nicht nur an wirtschaftlichen Zahlen gemessen, sie müssen auch aus gesellschaftlicher Perspektive sinnstiftend, fair und ökologisch verträglich sein.

Das Ziel von HMP:

Gegenstand und Zweck der Gesellschaft ist die Förderung der Wissenschaft und Forschung sowie der Volks- und Berufsbildung hinsichtlich der Erforschung, Analyse und Entwicklung von ethisch fundiertem

unternehmerischem Handeln im Kontext der Prinzipien von ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit.

Vorgehensweise:

Wir begleiten Unternehmen und Organisationen mithilfe von Einzelinterventionen sowie ganzheitlichen Beratungsprozessen und erforschen praxisnah in und rund um Unternehmen die diversen Formen, Hindernisse und Vorzüge öko-fairen Wirtschaftens. Zudem werden Austausch und Kooperation zwischen Unternehmen z.B. in Form von Konferenzen gefördert.

Stiftungsmittel:

Die Mitarbeitenden arbeiten gemeinnützig und offerieren die Forschungsergebnisse oft gratis. Dies ist möglich, weil HMP durch Zuwendungen der Humanistic Business Foundation finanziert wird, die von der GLS Treuhand administriert werden.

Tabelle Gesamtumsatz nach Bereichen und Finanzierung

Aktivität	2016		2017	
	Umsatz	Stiftungsmittel	Umsatz	Stiftungsmittel
Forschung	12.000 €	25.000 €		25.000 €
Publikationen				15.000 €
Beratung	3.000 €		5.000 €	
Lehrtätigkeit			5.000 €	
Vorträge		5.000 €		5.000 €
Analysen		10.000 €		5.000 €
Konferenzen		5.000 €		5.000 €
Netzwerken		5.000 €		5.000 €
Gesamt	15.000 €	50.000 €	10.000 €	60.000 €
<b>Umsatz Gesamt</b>		<b>65.000 €</b>		<b>70.000 €</b>

Netzwerke:

HMP ist Teil des internationalen Humanistic Management Network unterstützt die Bewegung der Gemeinwohl-Ökonomie. Desweiteren ist die gGmbH Mitglied des Deutschen Global Compact Netzwerks sowie von UnternehmensGrün, dem Verband zur Förderung umweltgerechten Wirtschaftens.

<http://www.humanetwork.org/>

<https://www.ecogood.org/de/>

<https://www.globalcompact.de/>

<http://www.unternehmensgruen.org/>

## Das Unternehmen und Gemeinwohl

### Gemeinnützigkeit

HMP ist ein gemeinnützig anerkanntes Unternehmen. Alle Überschüsse fließen in den satzungsgemäßen, gemeinnützigen Unternehmenszweck.

### Förderung des Gemeinwohls als Unternehmenszweck

Sämtliche Unternehmensaktivitäten wollen die Zukunftsorientierung der Wirtschaft fördern. In der Konsequenz und global gedacht, führen diese Aktivitäten zur Verbesserung des Lebensstandards aller Menschen. Wie auch die Gemeinwohl-Ökonomie, versucht HMP durch Unternehmensberatung und Forschung die Unternehmen zu mehr Kooperation für höherwertige Wertschöpfung statt profitgetriebener Konkurrenz zu motivieren.

### Gemeinwohlökonomie als Methode

Humanistic Management bietet ein theoretisches Fundament, welches durch den Praxisbezug der Gemeinwohl-Ökonomie komplettiert wird. Daher ist eine Kooperation mit der Gemeinwohl-Ökonomie selbstverständlich geworden und gehört mittlerweile zum Unternehmensalltag.

Auszug aus der Satzung von Humanistic Management Practices gGmbH:

§ 2.

Gegenstand und Zweck der Gesellschaft ist die Förderung der Wissenschaft und Forschung sowie der Volks- und Berufsbildung hinsichtlich der Erforschung, Analyse und Entwicklung von ethisch fundiertem unternehmerischem Handeln im Kontext der Prinzipien von ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit.

§ 3.

Der Zweck wird insbesondere verwirklicht durch

- a. die Förderung von Forschungsvorhaben im Bereich der Analyse und Entwicklung von ethisch fundiertem unternehmerischen Handeln im Kontext der Prinzipien von ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit, deren Publikation und die pädagogische Vermittlung der erwachsenden Erkenntnisse.
- b. die Ermöglichung eines freien Zugangs zu elektronischen Veröffentlichungen von zielgruppengerecht aufbereiteten Forschungsergebnissen, Studien, Lehrmaterialien und Präsentationen.
- c. die Organisation und Veranstaltung von Seminaren, die dem Dialog zwischen unterschiedlichen gesellschaftlichen Akteuren dienen, die sich oftmals mit konfligierenden Interessen gegenüberstehen, ohne einen Austausch zu pflegen.
- d. das Erforschen und Offenlegen von Nachhaltigkeits-Leistungen einzelner Unternehmen bzw. Branchen und die Förderung des öffentlichen Dialogs mit den Unternehmen.
- e. der Auf- und Ausbau eines globalen Netzwerkes, in dem Vertreter aus Wissenschaft, Unternehmen, Politik und der Zivilgesellschaft vertreten sind, um Unternehmensaktivitäten über geographische und kulturelle Grenzen hinweg ethisch fundiert und nachhaltig zu gestalten.

Kontaktperson:

Gerd Hofielen, [gerd.hofielen@hm-practices.org](mailto:gerd.hofielen@hm-practices.org), +49 0 178 236 88 14

Testat

Sobald Sie das Testat bekommen haben, bitte an dieser Stelle das Testat einfügen.

Seite 7 von 68

**TESTAT:  
 AUDIT**

**VOLLBILANZ**

Gemeinwohl-Bilanz  
 2016/2017

für: Humanistic Management Practices gGmbH  
 Auditor\*in: Bernhard Oberrauch

WERT	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
BERÜHRUNGSGRUPPE				
<b>A: LIEFERANT*INNEN</b>	<b>A1</b> Menschenwürde in der Zulieferkette 10 %	<b>A2</b> Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette 40 %	<b>A3</b> Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette 10 %	<b>A4</b> Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette 30 %
<b>B: EIGENTÜMER*INNEN &amp; FINANZ-PARTNER*INNEN</b>	<b>B1</b> Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln 50 %	<b>B2</b> Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln - %	<b>B3</b> Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung 50 %	<b>B4</b> Eigentum und Mitentscheidung 0 %
<b>C: MITARBEITENDE</b>	<b>C1</b> Menschenwürde am Arbeitsplatz 10 %	<b>C2</b> Ausgestaltung der Arbeitsverträge 70 %	<b>C3</b> Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden 70 %	<b>C4</b> Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz 40 %
<b>D: KUND*INNEN &amp; MITUNTERNEHMEN</b>	<b>D1</b> Ethische Kund*innenbeziehungen 60 %	<b>D2</b> Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern 60 %	<b>D3</b> Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen 20 %	<b>D4</b> Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz 20 %
<b>E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD</b>	<b>E1</b> Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen 100%	<b>E2</b> Beitrag zum Gemeinwesen 10 %	<b>E3</b> Reduktion ökologischer Auswirkungen 10 %	<b>E4</b> Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung 60 %

Testat gültig bis: 28.02.2021

**BILANZSUMME 407**



**BERECHNUNG DER EINZELNEN ASPEKTE**

Unternehmen: Humanistic Management Practices gGmbH; Bilanz-Jahr: 2016 und 2017

**BILANZSUMME:****41 % 407 1000**

Nr.	Berührungsgruppe/Themen/Aspekte	Gewichtung		Erläuterung	Erfüll.	Pkte	Max.
<b>A</b>	<b>Lieferant*innen</b>				<b>20 %</b>	<b>21</b>	<b>96</b>
<b>A1</b>	<b>Menschenwürde in der Zulieferkette</b>	<b>1,0</b>	<b>mittel</b>		<b>10 %</b>	<b>3</b>	<b>27</b>
A1.1	Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette			Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	1	3	27
A1.2	Negativ-Aspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette			Negativpunkte eingeben: Werte müssen im Bereich von -200 bis 0 liegen.	0	0	-110
<b>A2</b>	<b>Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette</b>	<b>1,0</b>	<b>mittel</b>		<b>40 %</b>	<b>11</b>	<b>27</b>
A2.1	Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen	1,0	mittel	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	6	8	14
A2.2	Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette	1,0	mittel	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	1	1	14
A2.3	Negativ-Aspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen			Negativpunkte eingeben: Werte müssen im Bereich von -200 bis 0 liegen.	0	0	-110
<b>A3</b>	<b>Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette</b>	<b>1,0</b>	<b>mittel</b>		<b>10 %</b>	<b>3</b>	<b>27</b>
A3.1	Umweltauswirkungen in der Zulieferkette			Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	1	3	27
A3.2	Negativ-Aspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette			Negativpunkte eingeben: Werte müssen im Bereich von -200 bis 0 liegen.	0	0	-110
<b>A4</b>	<b>Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette</b>	<b>0,5</b>	<b>niedrig</b>		<b>30 %</b>	<b>4</b>	<b>14</b>
A4.1	Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen	1,0	mittel	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	4	3	7
A4.2	Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette	1,0	mittel	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	1	1	7
<b>B</b>	<b>Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen</b>				<b>33 %</b>	<b>27</b>	<b>82</b>
<b>B1</b>	<b>Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln</b>	<b>1,0</b>	<b>mittel</b>		<b>50 %</b>	<b>14</b>	<b>27</b>
B1.1	Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung	1,0	mittel	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	3	4	14
B1.2	Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung	0,0	trifft nicht zu	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	0	0	0
B1.3	Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen	1,0	mittel	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	7	10	14
<b>B2</b>	<b>Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln</b>	<b>0,0</b>	<b>trifft nicht zu</b>		<b>-</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
B2.1	Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung			Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	6	0	0
B2.2	Negativ-Aspekt: Unfaire Verteilung von Geldmitteln			Negativpunkte eingeben: Werte müssen im Bereich von -200 bis 0 liegen.	0	0	0
<b>B3</b>	<b>Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung</b>	<b>1,0</b>	<b>mittel</b>		<b>50 %</b>	<b>14</b>	<b>27</b>
B3.1	Ökologische Qualität der Investitionen	1,0	mittel	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	5	14	27

Gewichtung geändert. Ursprünglich mittel (1)

B3.2	Gemeinwohlorientierte Veranlagung	0,0	trifft nicht zu	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	0	0	0	Gewichtung geändert. Ursprünglich mittel (1)
B3.3	Negativ-Aspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen			Negativpunkte eingeben: Werte müssen im Bereich von -200 bis 0 liegen.	0	0	-110	
<b>B4</b>	<b>Eigentum und Mitentscheidung</b>	<b>1,0</b>	<b>mittel</b>		<b>0 %</b>	<b>0</b>	<b>27</b>	
B4.1	Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur			Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	0	0	27	
B4.2	Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahme			Negativpunkte eingeben: Werte müssen im Bereich von -200 bis 0 liegen.	0	0	-110	
<b>C</b>	<b>Mitarbeitende</b>				<b>44 %</b>	<b>170</b>	<b>384</b>	
<b>C1</b>	<b>Menschenwürde am Arbeitsplatz</b>	<b>1,0</b>	<b>mittel</b>		<b>10 %</b>	<b>11</b>	<b>110</b>	
C1.1	Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur	1,0	mittel	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	2	7	37	
C1.2	Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz	1,0	mittel	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	0	0	37	
C1.3	Diversität und Chancengleichheit	1,0	mittel	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	0	0	37	
C1.4	Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen			Negativpunkte eingeben: Werte müssen im Bereich von -200 bis 0 liegen.	0	0	-438	
<b>C2</b>	<b>Ausgestaltung der Arbeitsverträge</b>	<b>1,0</b>	<b>mittel</b>		<b>70 %</b>	<b>77</b>	<b>110</b>	
C2.1	Ausgestaltung des Verdienstes	1,0	mittel	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	6	22	37	
C2.2	Ausgestaltung der Arbeitszeit	1,0	mittel	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	7	26	37	
C2.3	Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und Work-Life-Balance	1,0	mittel	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	7	26	37	
C2.4	Negativ-Aspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge			Negativpunkte eingeben: Werte müssen im Bereich von -200 bis 0 liegen.	0	0	-438	
<b>C3</b>	<b>Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden</b>	<b>0,5</b>	<b>niedrig</b>		<b>70 %</b>	<b>38</b>	<b>55</b>	
C3.1	Ernährung während der Arbeitszeit	1,0	mittel	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	6	11	18	
C3.2	Mobilität zum Arbeitsplatz	1,0	mittel	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	9	16	18	
C3.3	Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse	1,0	mittel	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	7	13	18	
C3.4	Negativ-Aspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens			Negativpunkte eingeben: Werte müssen im Bereich von -200 bis 0 liegen.	0	0	-219	
<b>C4</b>	<b>Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz</b>	<b>1,0</b>	<b>mittel</b>		<b>40 %</b>	<b>44</b>	<b>110</b>	
C4.1	Innerbetriebliche Transparenz	1,0	mittel	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	5	18	37	
C4.2	Legitimierung der Führungskräfte	1,0	mittel	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	2	7	37	
C4.3	Mitentscheidung der Mitarbeitenden	1,0	mittel	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	6	22	37	
C4.4	Negativ-Aspekt C4.4: Verhinderung des Betriebsrates			Negativpunkte eingeben: Werte müssen im Bereich von -200 bis 0 liegen.	0	0	-438	
<b>D</b>	<b>Kund*nnen und Mitunternehmen</b>				<b>38 %</b>	<b>93</b>	<b>247</b>	
<b>D1</b>	<b>Ethische Kund*innenbeziehungen</b>	<b>1,0</b>	<b>mittel</b>		<b>60 %</b>	<b>33</b>	<b>55</b>	
D1.1	Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen	0,5	niedrig	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	6	11	18	

D1.2	Barrierefreiheit	1,0	mittel	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	6	22	37	
D1.3	Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen			Negativpunkte eingeben: Werte müssen im Bereich von -200 bis 0 liegen.	0	0	-219	
<b>D2</b>	<b>Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern</b>	<b>1,0</b>	<b>mittel</b>		<b>60 %</b>	<b>33</b>	<b>55</b>	
D2.1	Kooperation mit Mitunternehmern	1,0	mittel	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	6	16	27	
D2.2	Solidarität mit Mitunternehmern	1,0	mittel	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	6	16	27	
D2.3	Negativ-Aspekt D2.3: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmern			Negativpunkte eingeben: Werte müssen im Bereich von -200 bis 0 liegen.	0	0	-219	
<b>D3</b>	<b>Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen</b>	<b>1,0</b>	<b>mittel</b>		<b>20 %</b>	<b>11</b>	<b>55</b>	
D3.1	Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz)	1,0	mittel	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	1	3	27	
D3.2	Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz)	1,0	mittel	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	2	5	27	
D3.3	Negativ-Aspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen			Negativpunkte eingeben: Werte müssen im Bereich von -200 bis 0 liegen.	0	0	-219	
<b>D4</b>	<b>Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz</b>	<b>1,5</b>	<b>hoch</b>		<b>20 %</b>	<b>16</b>	<b>82</b>	
D4.1	Kund*innen-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung	1,0	mittel	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	3	12	41	
D4.2	Produkttransparenz	1,0	mittel	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	1	4	41	
D4.2	Negativ-Aspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen			Negativpunkte eingeben: Werte müssen im Bereich von -200 bis 0 liegen.	0	0	-329	
<b>E</b>	<b>Gesellschaftliches Umfeld</b>				<b>50 %</b>	<b>96</b>	<b>192</b>	
<b>E1</b>	<b>Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen</b>	<b>1,0</b>	<b>mittel</b>		<b>100 %</b>	<b>55</b>	<b>55</b>	
E1.1	Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben	1,0	mittel	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	10	27	27	
E1.2	Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	1,0	mittel	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	10	27	27	
E1.3	Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen			Negativpunkte eingeben: Werte müssen im Bereich von -200 bis 0 liegen.	0	0	-219	
<b>E2</b>	<b>Beitrag zum Gemeinwesen</b>	<b>0,5</b>	<b>niedrig</b>		<b>10 %</b>	<b>3</b>	<b>27</b>	
E2.1	Steuern und Sozialabgaben	0,0	trifft nicht zu	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	0	0	0	Gewichtung geändert. Ursprünglich mittel (1)
E2.2	Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens	1,0	mittel	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	1	3	27	
E2.3	Negativ-Aspekt: Illegitime Steuervermeidung			Negativpunkte eingeben: Werte müssen im Bereich von -200 bis 0 liegen.	0	0	-110	
E2.4	Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention			Negativpunkte eingeben: Werte müssen im Bereich von -200 bis 0 liegen.	0	0	-110	
<b>E3</b>	<b>Reduktion ökologischer Auswirkungen</b>	<b>1,0</b>	<b>mittel</b>		<b>10 %</b>	<b>5</b>	<b>55</b>	
E3.1	Absolute Auswirkungen / Management & Strategie	1,0	mittel	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	1	5	55	
E3.2	Relative Auswirkungen	0,0	trifft nicht zu	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	0	0	0	Gewichtung geändert. Ursprünglich mittel (1)
E3.3	Negativ-Aspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen			Negativpunkte eingeben: Werte müssen im Bereich von -200 bis 0 liegen.	0	0	-219	

<b>E4</b>	<b>Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung</b>	<b>1,0</b>	<b>mittel</b>		<b>60 %</b>	<b>33</b>	<b>55</b>
E4.1	Transparenz	1,0	mittel	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	6	16	27
E4.2	Gesellschaftliche Mitbestimmung	1,0	mittel	Skalenwert eingeben: Wert muss im Bereich von 0 bis 10 liegen.	5	14	27
E4.3	Negativ-Aspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation			Negativpunkte eingeben: Werte müssen im Bereich von -200 bis 0 liegen.	0	0	-219
<b>BILANZSUMME:</b>					<b>41 %</b>	<b>407</b>	<b>1000</b>

## A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

### A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

1 P

HMP ist im Dienstleistungssektor tätig. Der Einkaufsumfang von Produkten ist daher relativ gering. , sowie ferner: Strom und Heizung: 4,4% ; Mobilität ÖPNV, Fahrrad, Bahn 4,9% ; Bürotechnik 3,3 % . .

Die größten Sach-Positionen im Einkauf sind Mieten für Büroräume mit 42% des Gesamteinkaufs im Berichtszeitraum. Gerd Hofielen ist der Eigentümer des Büros, der die Miete dem Unternehmen HMP schenkt. Arbeiten an der Wohnung werden gemeinsam mit der Eigentümergemeinschaft bestellt, die nicht spezifisch werte-orientiert wirtschaftet.

Eine größere Bedeutung in der Zulieferkette von HMP ca 27% des Gesamteinkaufs haben Dienstleistungen. Wir kaufen Beratungsleistungen von KollegInnen, die in Projekten der wissenschaftlichen Forschung 3,5% , der Unternehmensanalysen und der Beratung 14,8% sowie beim Aufbau unserer Web-Infrastruktur 8,9% mitwirken. HMP kauft Beratungsleistungen direkt von Menschen bzw. Unternehmen, die selbst für eine sozial-ökologische Transformation der Gesellschaft arbeiten, diese Werte in ihrem Unternehmen leben, und die deswegen auch als Lieferant\*innen gewählt wurden.

Der Steuerberater hat auf Initiative von HMP einen GWÖ-Schnelltest unternommen, und sich in Bezug auf menschenwürdige Arbeitsbedingungen in seinem Unternehmen überdurchschnittlich bewertet. In allen anderen Aspekten bewertet er sich konventionell, d.h. ohne besonderes Augenmerk auf die Arbeitsbedingungen in seiner eigenen Lieferkette.

Die anderen Dienstleister\*innen in der Berichtsperiode sind Selbständige bzw. Eigentümer\*innen ihrer Unternehmen. Darüber hinaus hat HMP keine Informationen über die Arbeitsbedingungen in diesen Unternehmen und ihrer Zulieferkette.

Mobilität: Über die Arbeitsbedingungen bei der Deutschen Bahn und der S Bahn Berlin ist nicht bekannt, dass sie deutlich über dem gesetzlichen Standard liegen.

### Verpflichtende Indikatoren

Anteil der zugekauften Produkte/Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen in Tabellenform

Siehe Tabelle Übersicht Zusatzpunkte für die **Zulieferketten** der vier gewichtigsten eingekauften Produktkategorien

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

Siehe die Bewertung für A1 in der o.g. Tabelle.

### A1.2 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette OP

Gravierend sind hingegen die menschenrechtlichen Risiken in der tieferen Lieferkette von Elektronik-Hardware. Die IT Beratung, aber indirekt auch alle anderen Dienstleister\*innen tragen mit jedem Kauf eines Neugeräts über die Rohstoffgewinnung in Afrika, den Bau der Geräte in Asien, die langen Transportwege bis hin zur häufig unkontrollierten Entsorgung z.B. wieder in Afrika zu Arbeitsbedingungen bei, die die Menschenwürde verletzen.

Die für manche Arbeiter\*innen tödlichen Arbeitsbedingungen von Apples Zulieferer Foxconn in China waren 2010 Gegenstand medialer Kritik. 1

Apple berichtet in seinem *Supplier Responsibility Progress Report* über Menschenrechtsverletzungen insbesondere Kinderarbeit, erzwungene Arbeit und exzessive Arbeitszeiten und verfolgt diese. 2 China Labour Watch stellte für den Berichtszeitraum fest, dass die Arbeitsbedingungen z.B. bei Apples Zulieferer Pegatron Shanghai weiterhin ausbeuterisch sind. 3 Mit Blick auf Rohstoffe aus Afrika hat Apple wie andere Tech Unternehmen 2017 angekündigt, die Minen aus denen sein Kobalt stammt, selbst zu kontrollieren. Laut Amnesty International sei man aber auch hier noch „weit davon entfernt die Kobalt-Lieferkette lückenlos zu prüfen“. Die Gefahr, dass der Käufer eines Smartphones, Laptops oder E-Autos unwissentlich Kinderarbeit fördert, bestehe laut Amnesty International weiterhin. 4

Der transnationale Konzern hat ebenfalls weitreichende Macht über den Internetzugang von Apple Nutzern: In China, und möglicherweise in weiteren Ländern hat Apple alternative VPN Netzwerke auf Verlangen der Regierung aus dem App Store genommen und damit chinesischen Apple-Nutzern die Möglichkeit genommen auf von der Regierung zensierte Inhalte zuzugreifen. 5

Apple ist offenbar an schnellen Fortschritten hinsichtlich des Schutzes der Menschenrechte durch den Konzern nicht gelegen und hat kürzlich Aktionärsanträge für die Einsetzung eines Menschenrechtsausschusses gestrichen. 6

## Quellen

1

<https://www.humanrights.ch/de/menschenrechte-themen/tnc/nachrichten/unmenschliche-arbeitsbedingungen-foxconn>

2

<https://www.business-humanrights.org/fr/apple-r%C3%A9v%C3%A8le-que-ses-sous-traitants-ont-commis-plus-d'infractions-au-droit-du-travail-en-2017>

3

<http://www.chinalaborwatch.org/report/120>

4

<https://www.heise.de/newsticker/meldung/Amnesty-Microsoft-Apple-Samsung-und-Autohersteller-nicht-entschlossen-gegen-Kinderarbeit-im-Kongo-3890523.html>

<https://www.amnesty.org/en/latest/news/2016/01/Child-labour-behind-smart-phone-and-electric-car-batteries/>

5

<https://www.zeit.de/digital/internet/2017-07/china-apple-app-store-vpn-verbot>

6

<https://www.heise.de/mac-and-i/meldung/Apple-will-Aktionaersantraege-zu-Klimaschutz-und-Menschenrechten-streichen-3916530.html>

Die GASAG ist ein Eigenbetrieb des Landes Berlin, es gilt also deutsches Arbeitsrecht. Über Arbeitsbedingungen in der Zulieferkette von Erdgas, das die GASAG höchstwahrscheinlich von Gazprom aus Russland kauft, sagt deren Nachhaltigkeitsbericht nichts aus. 1 Gazprom übernimmt nachweislich keine Verantwortung für die Einhaltung von Menschenrechten und Arbeitsrechten vgl Dirty Profits, 2018, S.27 und legt keine Rechenschaft darüber ab. vgl. Corporate Human Rights Benchmark Progress Report April, 2018 . Der Ausstieg aus der Erdgas-Zulieferkette würde beim Stand heute allerdings eine neue Heizung des Büros erfordern.

## Quellen:

GASAG Nachhaltigkeitsbericht

<https://www.gasag.de/-/media/files/unternehmen/nachhaltigkeit/gasag-nachhaltigkeitsbericht-2017.ashx>

Dirty Profits Report 2018

[http://www.facing-finance.org/files/2018/05/DP6\\_ONLINEXVERSION.pdf](http://www.facing-finance.org/files/2018/05/DP6_ONLINEXVERSION.pdf)

### Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch riskant bzw. ethisch unbedenklich sind

<b>Gesamteinkauf 2015-2017</b>	<b>33.840,04 €</b>		
davon ethisch riskant	2.000,00 €	6%	Bürotechnik, Anteil Gas 90%
davon ethisch unbedenklich	26.140,00 €	76%	
nicht bestimmt	6.100,04 €	18%	

### Verbesserungspotenziale/Ziele:

Alternative zu den Apple-Produkten: Keine Apple Produkte mehr kaufen, Reparatur der vorhandenen Geräte. Wenn neue Geräte unumgänglich sind: gegebenenfalls Umstieg auf Offene Systeme Linux etc.

## A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

### A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant\*innen

6 P

Beim Einkauf von Beratungsleistungen sind die Geschäftsbeziehungen fair und solidarisch, die Lieferanten kommen hauptsächlich aus Deutschland und leben in Deutschland. Preise orientieren sich am Marktniveau und vermeiden prekäre Bedingungen bzw. ergänzen das durch die Überlegung, ob mit diesem Preisniveau eine selbständige Existenz möglich ist. vgl. zur Bestimmung C2.1 . Bei Beratungsdienstleistungen wird die Wertschöpfung zu 100% an die Lieferant\*innen weitergegeben.

Da die Zusammenarbeit mit Lieferant\*innen auf Grundsätzen von Fairness und Solidarität konzipiert ist, werden die Geschäftsbeziehungen mit Lieferant\*innen aktuell nicht darüber hinaus auf Fairness und Solidarität geprüft. Die Zufriedenheit misst HMP bisher anhand der Anzahl der Beschwerden oder Rückmeldungen in Bezug auf Fairness und Solidarität. Diese liegen aktuell bei Null.

Beim Einkauf von weiteren Sachleistungen wird auf höherwertige Produkte geachtet. Das ist bei Lebensmitteln, Reinigungsmitteln und Reisen gut möglich. Auch bei Berufskleidung werden höherwertige Lieferanten bevorzugt. Eine Aufnahme von Beziehungen ist wegen der geringen Abnahmemengen nicht möglich.

Geschäftsbeziehungen sind langjährig angelegt; besonders bei Beratungsleistungen gibt es Beziehungen, die ihren Beginn bei der Unternehmensgründung hatten.

#### Verpflichtende Indikatoren

##### durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehung zu Lieferant\*innen

Die Büro-Infrastruktur sowie die Praxis der systematischen Nutzung von Bahn und ÖPNV bestehen seit der Gründung des Unternehmens im Jahr 2012. Mit einem Beratungsunternehmen besteht die Geschäftsbeziehung bereits seit 2013, mit allen anderen Zuliefer-Unternehmen seit 2016. Alle gewichtigen Geschäftsbeziehungen mit LieferantInnen bestehen aktuell weiter.

##### geschätztes Verhältnis des Anteils an der Wertschöpfung zwischen Unternehmen und Lieferant\*innen

Bei Beratungsdienstleistungen wird die Wertschöpfung zu 100% an die Lieferant\*innen weitergegeben. Eine Wertschöpfung im finanziellen Sinn findet also nicht statt.



A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität  
und Gerechtigkeit in der gesamten  
Zulieferkette  
1 P

Grafik zur Zulieferkette

Positive Einflussnahme:

Der faire Umgang ist direkt gestaltbar, wenn es persönliche Beziehungen auf Augenhöhe gibt. Dies ist nur beim Kauf von Unternehmens-Beratungsleistungen der Fall. In allen anderen Fällen werden bei der Lieferantenauswahl die höherwertigen bevorzugt.

Element, das Unternehmen das die hmp-Webseite erstellt hat, ist ein u.a. den Werten der Gemeinwohlökonomie verpflichteter Verbund von Freiberufler\*innen und Unternehmen, darunter die gemeinwohlorientierte Sinnwerkstatt. Durch die Zusammenarbeit mit hmp wird das kooperative Geschäftsmodell von element gestärkt.

[www.element-berlin.de](http://www.element-berlin.de)

Der Steuerberater hat auf Initiative von HMP einen GWÖ-Schnelltest beantwortet und sich mit der GWÖ Methodik und einer gemeinwohlorientierten Analyse seiner Wirtschaftstätigkeit befasst. Das Ergebnis beschreibt ein Unternehmen, das im fairen und solidarischen Umgang mit seinen Mitarbeiter\*innen bereits überdurchschnittlich wertorientiert handelt, in den anderen Aspekten, einschliesslich Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette, konventionell arbeitet.

Die weiteren Dienstleistungen, die HMP einkauft, sind von Menschen erarbeitet, die selbst für eine sozial-ökologische Transformation der Gesellschaft arbeiten und die deswegen auch gewählt wurden.

Keine oder negative Einflussnahme:

Apple nutzt seine enorme Marktmacht dazu, um Konkurrenten aus den vielen Märkten zu drängen, in denen Apple operiert : z.B. mit Patent-Klagen, Preisbindungen, Knebelverträgen. 1

Apple vermeidet darüber hinaus Steuern in einem gewaltigen Ausmaß. Im Kern besteht die Strategie des Konzerns darin, die eigenen Patente, Apples höchsten Vermögenswerte, an Tochterfirmen in Ländern zu übertragen, die Unternehmen nicht oder gering besteuern. Den Wert der eigenen Patente kann Apple dann von seiner Steuergrundlage abziehen. Nach einer Recherche der Zeit 2015 hat Apple in fünf Jahren 2010-2014 allein für seine in Europa erwirtschafteten Gewinne 8 Milliarden Euro Steuern nicht gezahlt. Nach dem Urteil der Europäischen Kommission gegen Irland wegen rechtswidriger staatlicher Beihilfen für den Konzern setzt Apple

seine gemeinwesenschädigende Strategie - nun über das Steuerparadies Jersey - weiter fort. Apple soll im Zeitraum 2015-2017 in Europa nach einer Studie der Linksfraktion im Europäischen Parlament einen effektiven Steuersatz zwischen 0,7% und 8,8% gezahlt und damit Steuern zwischen 4 und 21 Milliarden Euro vermieden haben. 2

Apple versuchte in diesem Zusammenhang demokratische Rechte von Bürgern zu beschneiden. Der Konzern ging 2018 gerichtlich gegen politische Aktionen in seinen Geschäftsräumen in Paris vor, mit denen Attac die Kund\*innen auf die Steuervermeidungspraxis aufmerksam machte. 3

Da die Marktmacht des Konzerns in der Branche von der Anzahl der Nutzer abhängt, ist der Einfluss der Apple Nutzer\*innen von HMP auf Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette an dieser Stelle negativ wenn auch gering.

#### Quellen:

- 1  
<https://www.dw.com/de/prozesswut-und-preisdumping-30072012/a-16132290>  
<http://www.spiegel.de/netzwelt/gadgets/apple-musikdienst-vertraege-wohl-noch-nicht-ausgehandelt-a-1036677.html>
- 2  
<https://www.blog-steuergerechtigkeit.de/2018/07/studie-legt-apples-steuervermeidung-innerhalb-der-eu-offen/>  
<https://www.welt.de/wirtschaft/article116397191/Apple-fand-heiligen-Gral-der-Steuervermeidung.html>  
<https://www.zeit.de/wirtschaft/unternehmen/2015-09/iphone-apple-steuern-europa>
- 3  
<https://www.business-humanrights.org/en/apple-lawsuit-against-attac-re-tax-avoidance-protests>

#### Quellen:

### Verpflichtende Indikatoren

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

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

<b>Gesamteinkauf 2015 - 2017</b>	<b>34.240 €</b>	<b>100%</b>	
Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden	24.400 €	70%	Beratungsleistungen, Miete
Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt.	0		

Bei weniger gewichtigen Inputs wie Essen, Reinigungsmittel, Papier, Kleidung etc. wird zu 100% auf eine öko-faire Zertifizierung geachtet.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Steuerberater zu GWÖ-Selbsttest eingeladen. Resultat: konventioneller Unternehmer, der seine MitarbeiterInnen fair behandelt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Ziel: Keine weiteren neuen Geräte oder Apple Produkte kaufen.

Mittelfristig ist ein Umstieg auf ein offenes Betriebssystem, z.B. Linux, erstrebenswert. Vorteile: geringerer Preis / keine Abhängigkeit von proprietärer Software / Geringeres Sicherheitsrisiko durch offene Codes, geringere Verbreitung und unterschiedliche Versionen / keine Unterstützung der Markt- und gesellschaftlichen Macht von Apple und Tochterfirmen. Nachteile: technischer Aufwand, neues Betriebssystem zu lernen, gibt es ein Programm zur Datensicherung vergleichbar mit Time Machine ?

Weitere Lieferant\*innen einladen, einen GWÖ-Schnelltest zu machen.

Fairen und solidarischen Umgang mit Anspruchsgruppen im Umfeld der GWÖ-Berater\*innen thematisieren.

Mit den anderen GWÖ Berater\*innen einen Leitfaden zu Verbesserungspotenzialen für Unternehmen der eigenen Branche verfassen.

### A2.3 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant\*innen O P

Es gibt keinem Lieferanten gegenüber eine Marktmacht. Alle persönlichen Beziehungen finden auf gleicher Augenhöhe statt und bestehen über mehrere Jahre. Es gab bisher keine Beschwerden.

## A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

### A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

1 P

Smartphone und Computer verursachen hohe ökologische Belastungen im Verbrauch von Rohstoffen die unter umweltschädlichen Bedingungen gewonnen werden; CO2 Emissionen die durch die Produktion z.B. in China und die langen Transportwege verursacht werden, und schliesslich die gängige Praxis den Elektroschrott in Ländern ohne entsprechende Umweltauflagen zu entsorgen.

Es sind Produkte u.a. von Apple im Einsatz. Schwere negative Umweltauswirkungen liegen insbesondere im Geschäftsmodell des global dominierenden Herstellers: Apple provoziert weltweit mehr und mehr Konsum immer neuer Modelle seiner belastenden Produkte und ist damit Verhinderer von Nachhaltigkeit in der Branche. U.a. macht die Bauweise seiner Modelle Reparaturen durch die NutzerInnen unmöglich.

Wir setzen als kleines Gewicht dagegen: Einkauf von gebrauchten Geräten, das Reparieren sowie die Weiterverwendung von älteren Modellen die bereits im Besitz der MitarbeiterInnen sind. Alle aktuell in der Firma verwendeten Geräte, Computer und Smartphones, sind mindestens fünf Jahre alt. Im Durchschnitt erneuern deutsche Konsumenten ihr Handy nach weniger als 24 Monaten.

*“Der ökologische und soziale Fußabdruck während der Produktion ist so hoch, dass ein „ein bisschen nachhaltigeres“ Handy in seiner ökologischen Bilanz einer Zweit- oder längeren Nutzung Second-Hand-Handy noch lange nachsteht.“* Germanwatch, März 2015

<https://germanwatch.org/sites/germanwatch.org/files/publication/10940.pdf>

Der Ausstieg aus fossilen Energieträgern würde beim Stand heute eine neue Heizung des Büros erfordern.

Hingegen ist fast das Gesamtvolumen der Dienstleistungen, die HMP einkauft, von Menschen erarbeitet, die selbst für eine sozial-ökologische Transformation der Gesellschaft arbeiten und sich in der GWÖ-Bewegung engagieren. **Ausnahme: Steuerberatung**

Element, die die Webseite für hmp erstellt haben, lassen diese auf All-inkl.com hosten. Deren Rechenzentren werden mit 100% Ökostrom gespeist, zertifiziert mit dem ok-Label - das nach Angaben der Verbraucherzentrale im Jahr 2016 eins von drei empfehlenswerten Labels ist. Element ist ein u.a. den Werten der Gemeinwohlökonomie verpflichteter Verbund von Freiberufler\*innen.

<https://www.element-berlin.de/verbund/ethik>

<https://web.archive.org/web/20160307221440/https://www.verbraucherzentrale.de/wissenswertes-ueber-oekostrom-7?i=3>

Die Deutsche Bahn erstellt integrierte Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichte sowie einen Umweltbericht. Im Klimaschutz verfolgt die Bahn Effizienzsteigerung bzw relative Ziele Emission pro Transport-km Absolut sind die Emissionen zwischen 2015 und 2017 sogar gestiegen, externalisierte Emissionen z.B. Bau der Fahrflotte nicht eingerechnet. Der Anteil an Erneuerbaren Energien im „DB Strommix“ erhöht sich nur langsam 2015:42%, 2017:44% , während der Anteil der fossilen Energieträger im Berichtszeitraum gestiegen ist. Seit Juni 2017 verlangt die Deutsche Bahn ein CSR Rating Eco Vadis von ihren Lieferant\*innen und berät Subunternehmen zur Reduktion von CO2 Emissionen. Die Deutsche Bahn hat 2016 gemeinsam mit Mitunternehmen eine Brancheninitiative für nachhaltige Beschaffung gegründet.

**Railsponsible .**

<http://railsponsible.org/>

Umweltbericht

[https://www.deutschebahn.com/resource/blob/3684292/0f0afe2782424e1c1db5c1b3ae549e63/umweltbericht\\_2017\\_dt-data.pdf](https://www.deutschebahn.com/resource/blob/3684292/0f0afe2782424e1c1db5c1b3ae549e63/umweltbericht_2017_dt-data.pdf)

Integrierter Bericht 2017, S. 275:

[https://www.deutschebahn.com/de/nachhaltigkeit/ueberblick/service\\_download/berichte\\_neu/](https://www.deutschebahn.com/de/nachhaltigkeit/ueberblick/service_download/berichte_neu/)

Die S-Bahn Berlin ist im Begriff in ihren Werken erste Maßnahmen zur Schonung von Ressourcen Wasser, Strom, Heizung umzusetzen.

<https://sbahn.berlin/das-unternehmen/unternehmensprofil/umweltschutz/werke/>

### Verpflichtende Indikatoren

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

Anteil der Lieferant\*innen, die zur Reduktion ökologischer Auswirkungen beitragen.

<b>Gesamteinkauf 2015 - 2017</b>	<b>34.240 €</b>	<b>100%</b>	
Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind	2.140 €	6%	Strom, Mobilität
Anteil der Lieferant*innen, die zur Reduktion ökologischer Auswirkungen beitragen	8.000 €	23%	Beratungsleistungen

A3.2 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

0 P

### Verpflichtende Indikatoren

Anteil der eingekauften Produkte, die ökologisch riskant bzw. ökologisch unbedenklich sind.

<b>Gesamteinkauf 2015-2017</b>	<b>34.240 €</b>	<b>100 %</b>	
davon ökologisch riskant	2.000 €	6%	Bürotechnik Apple , Anteil Gas 90%
davon ökologisch unbedenklich	24.540€	72%	Mobilität, Strom Büromiete, Beratungsleistungen
nicht bestimmt	7700 €	22%	Steuerberatung, Anteil Heizung, weitere Einkäufe

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Kauf zweier gebrauchter IT-Geräte Smartphone, Laptop

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Ziele: Elektronikgeräte, insbesondere IT, Geräte im Bedarfsfall reparieren.  
Wenn Ersatz notwendig wird, auf recycelte Geräte zurückgreifen z.B. bei afb  
in Berlin .

## A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

### A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant\*innen 4 P

Beim Einkauf von Unternehmens-Beratungsleistungen wird inhaltlich und vertraglich einvernehmlich und auf gleicher Augenhöhe kooperiert.

Vor Vertragsabschluss werden Preise, die HMP anderen Lieferanten zahlt, transparent gemacht. Feedbackgespräche nach Auftrags erledigung unterstützen die Gestaltung künftiger Beratungen.

Die KollegInnen sind zufrieden, das wird durch die lang dauernde Beziehung bestätigt.

### A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette 1 P

Positive Einflussnahme:

Um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang von GWÖ-Berater\*innen miteinander zu gewährleisten, nehmen HMP Mitarbeiter\*innen regelmässig an der Arbeitsgruppe „Unternehmensbetreuung / Berater\*innen“ der GWÖ Regionalgruppe Berlin-Brandenburg teil. HMP macht in dieser Arbeitsgruppe seine Aktivitäten im Bereich der GWÖ-Beratung, .d.h. Kontakte zu Unternehmen und Organisationen sowie Beratungsaufträge transparent, diskutiert die Herausforderungen und Potenziale und lädt die Kolleg\*innen, wenn möglich, zur Mitarbeit ein.

Misstände, z.B. in der Kommunikation von Mitunternehmen im GWÖ-Beratungs-Kontext, benennt HMP offen in der Regionalgruppe bzw. in der o.g. Arbeitsgruppe. Mögliche Interessenskonflikte, z.B. zwischen GWÖ-Berater\*innen und der ehrenamtlich arbeitenden Regionalgruppe Plenum, werden dort, auch dank der konsequenten Transparenz die HMP praktiziert, grundsätzlich offen thematisiert. Die Protokolle der Regionalgruppe Plenum sind seit 2018 auch GWÖ-intern öffentlich.

### Verpflichtende Indikatoren

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

Keines

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

<b>Gesamteinkauf 2015-2017</b>	<b>34.240 €</b>	<b>100%</b>	
Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden.	8.000 €	23%	Beratungsleistungen ausgen. Steuerberatung



Skizze - Tiefere Ebenen (2) der Zulieferketten

Produkt	%Einkauf	Direkte/r	Zulieferkette, Ebene 2	Produkt, Lieferant*in	Zulieferkette, Ebene 3	Produkt,	
Miete	42,10	Gerd Hoffalen	Dienstleistungen Haus, Eigentümergemeinschaft		Reparatur, Handwerker	.....	Die Farben bedeuten...
Beratung	14,6	Wundrak	Büromiete, Strom, Heizung - Lieferant*in?	.....			Neutrale Wirkung auf Gemeinwohl
			Mobilität - Lieferant*in ?	.....		Negative Wirkung auf Gemeinwohl	
			IT Services - Lieferant*in ?	.....		Positive Wirkung auf Gemeinwohl	
			Steuerberatung - Lieferant*in ? Etc.	.....		Keine Information	
8,80	element	Hosting-Dienstleister, Alinkl.com	100% Ökostrom, Lieferant*in?	.....		Keine Information	
		werte-basierter Verbund von Freiberuflerinnen C1, C2		.....			
		Büromiete, Strom, Heizung Mobilität - Lieferant*innen?	.....				
4,7	Steuerberatung	Büromiete, Strom, Heizung, IT Services- Lieferant*innen ?	.....				
Mobilität	4,3	Deutsche Bahn / S Bahn Berlin	Fahrflotte, Schienennetz - Lieferant*in ?	.....			..... Rohstoffe: Stahl, Holz, Schotter, etc.
			IT, Gebäude - Lieferant*innen ? Lieferant*in ?	.....			
			Strom 44% Erneuerbare, 31% fossile Energieträger- Lieferant*innen ?	.....			
			Produktion, Betrieb und Instandhaltung, - Lieferant*innen ?	.....			
Büroausss.	3,2	Vorbesitzer*in	I Phone, Apple & Laptop I book, Apple		Fertigung, Foxcon u.a. in China		
					Transport - Lieferant*innen ?		
					Patente, Tochterfirma in Steuerrosse		
					Rohstoffe, Lieferant*innen ?		
	70,20						

Übersicht Zusatzpunkte für die Zulieferketten der vier gewichtigsten eingekauften Produktkategorien

Kategorie	Produkte eingekauft	Betrag 2015-2017 inkl MwSt	Anteil am Gesamt- einkauf	Lieferanten	A1 $\Sigma$ gewichtet	A2 $\Sigma$ gewichtet	A3 $\Sigma$ gewichtet	A4 $\Sigma$ gewichtet
<b>Gesamteinkauf 2015-2017</b>		<b>34.240,00 €</b>	<b>100%</b>		<b>Bewertung gewichtet mit dem Anteil am Gesamteinkauf und aufsummiert</b>			
<b>4 wichtigste Kategorien 2015-2017</b>		<b>28.240,00€</b>	<b>82,5%</b>		<b>0,5</b>	<b>0,2</b>	<b>1,5</b>	<b>0,2</b>
<b>Bewertung einzeln und absolut</b>								
<b>Beratungsleistungen</b>								
Beratungsleistungen	Beitrag zu DAX-GWÖ-Projekt	5.000,00 €	14,6%	Anton Wundrak	0	0	0	0
Beratungsleistungen	Erstellung der Webseite	3.000,00 €	8,8%	element	1	2	0	2
Beratungsleistungen	Steuerberatung	1.600,00 €	4,7%	Klier	0	1	0	0
<b>Büro</b>								
Büromiete	30 qm, anteilig im Homeoffice 600€ *24	14.400,00 €	42,1%	Gerd Hoffelen	1	0	3	0
Heizung	Erdsas, 10 % Biogas 500*2	1.000,00 €	2,9%	Gasag	0	0	0	0
Strom	100 % erneuerbare 240*2	480,00 €	1,4%	Lichtblick	0	0	8	0
<b>Bürotechnik</b>								
Bürotechnik	Macbook Pro 2016	800,00 €	2,3%	gebraucht gekauft	0	0	1	0
Bürotechnik	iphone 2016	300,00 €	0,9%	gebraucht gekauft	0	0	1	0
<b>Mobilität</b>								
Mobilität	ÖPNV 600*2	1.200,00 €	3,5%	S-Bahn Berlin	0	0	2	0
Mobilität	Fahrrad 100*2	200,00 €	0,6%	Fahrrad Brunner	0	0	0	0
Mobilität	Bahn 230*2	260,00 €	0,8%	Deutsche Bahn	0	0	2	0
		<b>28.240,00 €</b>						

Tabelle Details der Bewertung der Zusatzpunkte für die Zulieferketten der vier wichtigsten eingekauften Produktkategorien

Lieferanten	Verfassungswerte	Zusatzpunkte 0...10	Text	Beginn / Ende der Geschäftsbeziehung
<b>Beratungsleistungen</b>	<b>Anton Wundrak</b>	<b><math>\Sigma A = A1+A2+A3+A4 / 4</math></b>	<b>0</b>	Seit Feb 2013
Quelle:	A1 Menschenwürde	0	Keine Informationen	
	A2 Solidarität & Gerechtigkeit	0		
	A3 Ökologische Nachhaltigkeit	0		
	A4 Transparenz&Mientenscheidung	0		
<b>Beratungsleistungen</b>	<b>element</b>	<b><math>\Sigma A</math></b>	<b>3</b>	Seit Okt 2016
Quelle:	A1 Menschenwürde	1	Verbund von Selbständigen, werte-basiert	
	A2 Solidarität & Gerechtigkeit	2	Festpreis laut Vertrag.	
	A3 Ökologische Nachhaltigkeit	0	vermittelt klimaneutralen Provider Allinkl.com	
	A4 Transparenz&Mientenscheidung	2	Kooperatives, werte-basieretes Geschäftsmodell	
<b>Beratungsleistungen</b>	<b>Klier Steuerberatung</b>	<b><math>\Sigma A</math></b>	<b>1</b>	Seit Okt 2016
	A1 Menschenwürde	0	Faire Bezahlung und Behandlung von MitarbeiterInnen	
	A2 Solidarität & Gerechtigkeit	1	konventionell	
	A3 Ökologische Nachhaltigkeit	0	konventionell	
	A4 Transparenz&Mientenscheidung	0	konventionell	
<b>Büromiete</b>	<b>Gerd Hoffelen</b>	<b><math>\Sigma A</math></b>	<b>4</b>	Seit 2012 Gründung
	A1 Menschenwürde	1	Ethischer Umgang mit Geldmitteln	
	A2 Solidarität & Gerechtigkeit	0		
	A3 Ökologische Nachhaltigkeit	3	Ökostrom, Gaszentral, nahe U-Bahn, Spahn	
	A4 Transparenz&Mientenscheidung	0	Selbstgenutzte Eigentumswohnung	
<b>Heizung</b>	<b>Gasag</b>	<b><math>\Sigma A</math></b>	<b>0</b>	Seit 2012 Gründung
	Gasag	A1 Menschenwürde	0	Eigenbetrieb des Landes Berlin:
	Gasag	A2 Solidarität & Gerechtigkeit	0	Tarifföhne
	Gasag	A3 Ökologische Nachhaltigkeit	0	fossile Energie mit Folgeschäden bei Förderung
	Gasag	A4 Transparenz&Mientenscheidung	0	
<b>Strom</b>	<b>Lichtblick</b>	<b><math>\Sigma A</math></b>	<b>8</b>	Seit 2012 Gründung
	A1 Menschenwürde	0		

	A2 Solidarität & Gerechtigkeit	0	
	A3 Ökologische Nachhaltigkeit	8	
	A4 Transparenz&Mitemtscheidung	0	
<b>Bürotechnik</b>	<b>ΣA</b>	<b>1</b>	Seit 2016
<b>Vorbestitzer*in</b>			
<b>Apple</b>	A1 Menschenwürde	0	Hohe Menschenrechtliche Risiken in der Zulieferkette v Apple
	A2 Solidarität & Gerechtigkeit	0	Ultrkapitalistisches und ausbeuterisches Geschäftsmodell, Steuerverasion bei Apple etc.
	A3 Ökologische Nachhaltigkeit	1	Gebraucht verkauft
	A4 Transparenz&Mitemtscheidung	0	maximale Marktmacht be Apple
<b>Mobilität</b>	<b>ΣA</b>	<b>2</b>	Seit 2012 Gründung
<b>Bahn</b>	A1 Menschenwürde	0	AG, im Besitz des deutschen Staates, Monopolunternehmen, gut beleumundeter Arbeitgeber
	A2 Solidarität & Gerechtigkeit	0	Gewerkschaften sind einflussreich, gute Sozialleistungen, Steuerinländer
	A3 Ökologische Nachhaltigkeit	2	ICE mit Ökostrom betreiben, Gesamtunternehmen durchschnittlich
	A4 Transparenz&Mitemtscheidung	0	Monopolunternehmen, mitbestimmt durch Betriebsrat,
<b>Mobilität</b>	<b>ΣA</b>	<b>0</b>	Seit 2016
<b>Fahrrad</b>	A1 Menschenwürde	0	Gbr, Kleinbetrieb mit 2 Eigentümern, Handwerk, Selbstverwaltet
Brunner	A2 Solidarität & Gerechtigkeit	0	Selbstverwaltet
	A3 Ökologische Nachhaltigkeit	0	Reparaturbetrieb eines klimaneutralen Transportmittels, trägt zur gesellschaftlichen Suffizienz massgeblich bei.
	A4 Transparenz&Mitemtscheidung	0	Selbstverwalteter Betrieb
<b>Mobilität</b>	<b>ΣA</b>	<b>2</b>	Seit 2012 Gründung
<b>ÖPNV S-Bahn</b>	A1 Menschenwürde	0	wie Bahn
<b>Berlin</b>	A2 Solidarität & Gerechtigkeit	0	wie Bahn
	A3 Ökologische Nachhaltigkeit	2	Fossile Elektrische Antriebe keine Emissionen auf dem Gleis
	A4 Transparenz&Mitemtscheidung	0	wie Bahn

## B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

### B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung 3 P

Das Unternehmen kann seine Geschäftstätigkeit teilweise selbst finanzieren: Im Herbst 2016 erbrachte eine Kooperation mit einer wissenschaftlichen Institution eine Projekt-Förderung von 12.000 Euro. Mit Beratungs- und Lehrtätigkeiten wurden ca. 3.000 Euro 2016 und 7.000 Euro 2017 erlöst.

Aus Mitteln der Humanistic Business Foundation, die die GLS Treuhand verwaltet, erhielt hmp Zuwendungen in Höhe von 50.000 € 2016 und 60.000 € 2017. Die Mittel sind Schenkungen. Die Stiftung Humanistic Business Foundation ist aus Privatmitteln errichtet um Wirtschaftskonzepte zu fördern, die an humanistischen Zielen orientiert sind.

Das Planziel ist die Fortsetzung der Finanzierung hauptsächlich durch die Stiftung in derselben Höhe. Die Zusage der Stiftung liegt vor.

Es werden keine Mittel entnommen oder ausgeschüttet, der Unternehmer-Lohn ist null. Der Geschäftsführer lebt von Erträgen aus Pensionsfonds.

#### Verpflichtende Indikatoren

Eigenkapitalanteil  
100%

Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche  
nicht bekannt

### B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

Die Finanzierung des Unternehmens ist durch private Stiftungsmittel und Einnahmen aus Beratung, Lehrtätigkeit und Forschung gewährleistet. Es gibt keine Fremdfinanzierung und keine konventionellen Kredite.

#### Verpflichtende Indikatoren

Fremdkapitalanteil %-Anteil Fremdkapital  
Nicht relevant

Finanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart in Tsd. EUR  
Nicht relevant

0 P trifft nicht zu  
B1.3 Ethische Haltung externer  
Finanzpartner\*innen  
7 P

Die gesamten liquiden Mittel von HMP befinden sich seit Firmengründung bei der GLS Bank. Es bestehen keine Verträge mit Unternehmensversicherungen oder anderen Finanzpartner.

Die Rentenbeiträge für die Mitarbeiter\*innen gehen an die DRV, die gesetzliche Rentenversicherung in Deutschland. Diese ist Umlage-finanziert, d.h. die Beiträge fließen immer direkt in die Renten der aktuellen Rentner und nicht in den Finanzmarkt. Dadurch tragen die Rentenbeiträge nicht zu den durch den Finanzmarkt verursachten Risiken für das Gemeinwohl bei.

#### Verpflichtender Indikator

Bis zu drei wesentliche Finanzpartner\*innen; jeweils Partnerinstitut, Finanzprodukt und Geschäftsumfang Jahresvolumen

- (1) GLS Bank Kontokorrent für Zahlungsverkehr 100 % des Jahresvolumens
- (2) Deutsche Rentenversicherung DRV
- (3) keine

## B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln (G: trifft nicht zu)

B2.1 Solidarische und  
gemeinwohlorientierte Mittelverwendung  
6 P

Um den Geschäftsbetrieb im bisherigen Umfang aufrechterhalten zu können, ist ein Budget von rund 50.000 Euro erforderlich. Es liegen Zusagen der GLS Treuhand Stiftungen über diese Summe vor.

Tabelle Zukunftsaufwendungen	Tatsächlicher Aufwand 2016-2017	Text
Verbesserung von Produkten und Dienstleistungen	160 Stunden nicht bezahlt, Geschäftsführer	
Entwicklung neuer Produkte oder Dienstleistungen	640 Stunden nicht bezahlt, Geschäftsführer	Studie ökofaire Unternehmer
Bindung von Kund*innen	20 Stunden nicht bezahlt, Geschäftsführer	
Gewinnung neuer Kund*innen	80 Stunden nicht bezahlt, Geschäftsführer	Referententätigkeit
Erschließung neuer Märkte	Nicht angestrebt	
Einrichtung eines Online-Vertriebs	Nicht angestrebt	
Personalaus- und Weiterbildung	40 Stunden Mitarbeiterin	
Organisationsentwicklung	200 Stunden Praktikantin	GWÖ-Bericht, CoP Global Compact , DNK
Digitalisierung von Geschäftsprozessen	nein	
Technologiebeherrschung	240 MitarbeiterInnen Stunden = 1,5 Vollzeitmonate = ca. 4200 €	u.a. neue Webseite
Instandhaltung von Anlagen	Nein	
Erneuerungsinvestitionen	Keine	
Erweiterungsinvestitionen	Keine	

## Verpflichtende Indikatoren:

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit in Tsd. EUR :

0 Null

Gesamtbedarf Zukunftsausgaben in Tsd. EUR :

4,2

getätigter strategischer Aufwand in Tsd. EUR

4,2

Anlagenzugänge in Tsd. EUR

1

Zuführung zur Rücklage in Tsd. EUR :

0 Null

auszuschüttende Kapitalerträge in Tsd. EUR, in % vom Stamm- oder  
Grundkapital :

0 Null

B2.2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von  
Geldmitteln

0 P

Es gibt keine unfaire Verteilung von Geldmitteln



## B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

### B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen

Es existiert kein Anlagevermögen neben dem PC und dem Smartphone. Die ökologische Belastung kann nicht durch Investitionen verringert werden, jedoch durch lange Nutzung, das heisst durch Instandhaltung und Reparatur. Neuanschaffungen sind nicht geplant.

#### Verpflichtende Indikatoren

Investitionsplan inkl. des ökologischen Sanierungsbedarfs in Tsd. EUR  
Nicht relevant

Realisierung der ökologischen Sanierung in Tsd. EUR und %-Angaben  
Keine

5 P – G: niedrig  
B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung  
0 P – G: trifft nicht zu

Es gibt kein Vermögen, das angelegt werden könnte. Die liquiden Mittel liegen auf dem Kontokorrentkonto bei der GLS Bank.

#### Verpflichtende Indikatoren

finanzierte Projekte in Tsd. EUR; % v. Veranlagung  
Nicht relevant

Fonds-Veranlagungen in Tsd. EUR; % v. Veranlagung  
Nicht relevant

B3.3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen  
0 P

Der Ausstieg aus fossilen Energieträgern würde beim Stand heute eine neue Heizung des Büros erfordern.

Elektronische Geräte 1 Laptop, 1 Smartphone sind gebraucht gekauft

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Ein völliger Verzicht auf Flugreisen ist im Berichtszeitraum verwirklicht.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Weiterer Verzicht auf Flugreisen

Elektronische Geräte im Schadensfall reparieren

**B4 Eigentum und Mitentscheidung**

**B4.1 Gemeinwohlorientierte  
Eigentumsstruktur  
0 P**

Der Alleineigentümer hat 100 % der Anteile der gGmbH. Ein Erweitern der Eigentümerstruktur ist nicht vorgesehen, wurde bisher im Berichtszeitraum nicht thematisiert, ist aber nicht prinzipiell ausgeschlossen.

**Verpflichtende Indikatoren**

**Verteilung des Eigenkapitals Eigenkapitalstruktur in %, jeweils von 0 bis 100 % :**

**Unternehmer\*innen:**  
100%

**Führungskräfte:**  
0

**Mitarbeitende:**  
0

**Kund\*innen:**  
0

**Lieferant\*innen:**  
0

**weiteres Umfeld:**  
0

**nicht mitätige Kapitalinvestor\*innen:**  
0

**B4.2 Negativaspekt: feindliche Übernahme  
0 P - G: trifft nicht zu**

Es hat keine feindliche Übernahme stattgefunden.

## C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

### C1.1 Mitarbeitendenorientierte Unternehmenskultur 2 P

Reguläre MitarbeiterInnen:

Im April 2016 wechselte ein bisher angestellter Mitarbeiter zur freien Mitarbeiterschaft mit Werkvertrag, weil er sich mit einem eigenen Unternehmen selbständig gemacht hatte.

Im Januar 2017 wurde eine Mitarbeiterin mit 20 Std./Woche angestellt zur Unterstützung des Geschäftsführers. Sie trat im November 2017 ein Jahr Elternzeit an.

Mit einer neuen Mitarbeiterin wurde im November 2017 in Elternzeitvertretung ein bis Ende 2018 befristeter Teilzeit-Arbeitsvertrag als GWÖ-Referentin mit 17 h/Woche abgeschlossen.

ProjektmitarbeiterInnen.

Von Februar 2016 bis Februar 2017 arbeitete halbtags eine Angestellte von ihrem Home Office in Hamburg in einem Projekt der Verbreitung der Kenntnisse öko-fairer Unternehmensführung bei Unternehmen mit über 100 Beschäftigten.

PraktikantInnen

Zudem hat eine Studentin im Berichtszeitraum ein bezahltes Praktikum absolviert.

Unternehmenskultur

Die Mitarbeiterinnen haben eine vereinbarte Aufgaben-Zuordnung, innerhalb derer sie eigenverantwortlich und selbstbestimmt arbeiten. Arbeitszeiten können im Rahmen des vereinbarten Volumens frei gestaltet werden. Alle Angestellten arbeiten vom Home Office aus bzw. von einem angemieteten Arbeitsplatz in einem Shared Workspace.

Fehler verstehen wir als Lernerfahrungen. Sie werden in gemeinsamen Gesprächen korrigiert und verarbeitet. Bisher sind keine Fehler passiert, die das Geschäft gefährdet hätten.

Ideen und Initiativen der MitarbeiterInnen sind willkommen und werden meist aufgegriffen. z.B. hat eine Mitarbeiterin für Wikipedia eine Darstellung der Gemeinwohl-Ökonomie angefertigt, die letztlich aber nicht veröffentlicht wurde da es dort bereits eine Darstellung gab. Das war eine

Initiative, die einen hohen Lern-Fortschritt ermöglichte und daher trotz ausbleibendem Erfolg doch sinnvoll war. Vorschläge zur Verbesserung der Arbeitspraxis, auch um Bedürfnissen und Anliegen der MitarbeiterInnen zu entsprechen, sind ebenfalls willkommen und werden von der Geschäftsführer berücksichtigt.

Es werden Jahresgespräche zum Feedback zwischen Geschäftsführung und MitarbeiterInnen geführt. Diese werden bisher nicht dokumentiert.

Es gibt keinen festen Mechanismus um Konflikte anzusprechen oder zu lösen. Jedoch zeigt die Praxis, dass Konflikte von beiden Seiten thematisiert werden und gemeinsam konstruktive Lösungswege verfolgt werden.

#### Verbesserungspotenziale/Ziele:

Die Investition der Mitarbeiterin für einen Wikipedia-Text wurde damals als nicht verwendbar betrachtet, die Einschätzung kann nach Analyse der Qualität der der- zeitigen Beschreibung im Wiki neu überdacht werden.

#### Verpflichtende Indikatoren:

##### Fluktuationsrate

Bisher sind nur befristet beschäftigte Mitarbeiterinnen aus dem Unternehmen ausgeschieden: wg. eigener Firmengründung 1 Person , wg. Projektende 1 Person . Die unbefristet beschäftigte Mitarbeiterin ist immer noch dabei eine Person, ab 11/2017 in Elternzeit .

##### Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit bis 12/2017

7 Monate ohne freie Mitarbeit, Praktikum

##### Anzahl an Initiativ- Bewerbungen

Vier bisher, davon zwei eingestellt

##### Anzahl und Regelmäßigkeit an Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur

Jahresgespräch zwischen Geschäftsführer und jeder MitarbeiterIn

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

10h insgesamt im Berichtszeitraum 1 Mitarbeiterin

## C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

0 P

Da die MitarbeiterInnen halbtags beschäftigt sind und im Home Office arbeiten, kann eine betriebliche Gesundheitsförderung nicht angeboten werden.

Die MitarbeiterInnen arbeiten überwiegend im Home Office bzw. im angemieteten Büro und gestalten die Arbeitszeiten nach eigenen Wünschen.

Die gesundheitlichen Herausforderungen sind Bewegungsmangel und fett- und fleischreiche Ernährung. Das gesundheitliche Risiko ist gering. Für gesunde Ernährung und Bewegung sind die KollegInnen selbst verantwortlich.

### Verpflichtende Indikatoren

#### Gesundheits-/Krankenquote in Abhängigkeit der demografischen Verteilung ,

Eine Mitarbeiterin hat ein Kind, das an insgesamt 15 Tagen zur Abwesenheit führte

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

Ca. 5 Tage

#### Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle

Keine. Betriebsunfälle gibt es nicht im home office, das Risiko bleibt privat.

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

#### Verbesserungspotenziale/Ziele:

In Gesprächen mit den Mitarbeiterinnen feststellen, ob Leistungen der Gesundheitsförderung erwünscht und sinnvoll sind.

## C1.3 Diversität und Chancengleichheit

0 P

Diversität ist kein explizites Kriterium in der Unternehmenskultur. Der Geschäftsführer ist männlich, 60-70 Jahre . Alle drei seit 2016 hin gekommenen Mitarbeiterinnen sind weiblich. Deren Altersstruktur ist divers: 20-30 Jahre: 1; 30-40 Jahre:1, 40-50 Jahre:1 .

Alle Mitarbeitenden sind ohne Migrationshintergrund. Das Qualifikationsniveau ist bei allen Mitarbeitenden mindestens auf dem

Niveau akademischer Abschlüsse. Vereinbarungen und Massnahmen zu Diversität gibt es nicht.

Im Umgang wird die Hierarchie von Chef und Mitarbeiterinnen nicht betont, aber eine Weisungsgebundenheit ist allen bewusst. Entscheidungen und Konflikte werden offen besprochen.

Da sich seit Ende des Berichtszeitraums die MitarbeiterInnenstruktur sowie die Geschäftsbereiche von hmp verändert haben, ist eine vertiefende Darstellung der Chancengleichheit im Unternehmen zum heutigen Zeitpunkt für den Berichtszeitraum nicht mehr weiterführend. Eine solche Darstellung wird für den Folgebericht angestrebt.

### Verpflichtende Indikatoren

Demografische Verteilung der Mitarbeitenden im Unternehmen in Hinblick auf Dimensionen der Diversität z.B. Alter, Geschlecht, Ethnie, körperliche/psychische Einschränkungen, sexuelle Orientierung, Religion – sofern erhebbar und relevant sowie getrennt nach Führungsebenen

Tabelle Demografische Verteilung der Mitarbeitenden nach Dimensionen der Diversität

	Geschäftsführer	Mitarbeiterin	Mitarbeiter
Betriebszugehörigkeit	/	12 Mon	4 Mon
Migrationshintergrund eigene oder Elterngeneration	nein	nein	nein
Behinderungen/Beeinträchtigungen	nein	nein	nein
Altersgruppe	60-70	40-50	40-50
Gender identifiziert sich	Männlich	Weiblich	Männlich
	Mitarbeiterin	Mitarbeiterin	Praktikantin
Betriebszugehörigkeit	Feb 17 -	Nov 17 -	5 Mon
Migrationshintergrund eigene oder Elterngeneration	nein	nein	nein
Behinderungen/Beeinträchtigungen	nein	nein	nein
Altersgruppe	30-40	40-50	20-30
Gender identifiziert sich	Weiblich	Weiblich	Weiblich

Gesellschaftliche Diversität des Umfelds zumindest nach den Kerndimensionen von Diversität

Tabelle Gesellschaftliche Diversität des Umfelds

Gender indentifiziert sich	Männlich
Migrationshintergrund eigene oder Elterngeneration	nein
Behinderungen/Beeinträchtigungen	nein
Altersgruppe	40+

Anzahl von Väter- bzw. Mütterkarenz in Monaten  
Elternzeit 2 Beginn November 2017

Nach den Dimensionen aufgeschlüsselte Anzahl von  
Neueinstellungen/Fluktuationen  
s.o.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:  
Erste Gespräche zu Schwachstellen und mögliche Benachteiligungen in Hinblick auf Gender-Diversität des gesellschaftlichen Umfeldes sowie deren Auswirkungen wurden im Rahmen der Erstellung der GWÖ-Bilanz geführt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:  
Benachteiligungen in Hinblick auf Gender-Diversität des gesellschaftlichen Umfeldes in Gesprächen thematisieren

C1.4 Negativaspekt: menschenunwürdige  
Arbeitsbedingungen  
O P

Verpflichtende Indikatoren  
Statement von Betriebsrat und/oder Personalabteilung zu diesen Fragen  
Nicht relevant, da kein Betriebsrat / Personalabteilung im Unternehmen

Gerichtsprozesse/Rechtsverfahren bzgl. Verletzung des Arbeitsrechts, die es im Berichtszeitraum gab  
Nicht relevant, da kein Betriebsrat / Personalabteilung im Unternehmen

Anzahl/Inhalt der Beschwerden vonseiten des Betriebsrates bzw. der AK bzw. der Gewerkschaft im Berichtszeitraum sowie Reaktion auf diese Beschwerden  
Nicht relevant, da kein Betriebsrat / Personalabteilung im Unternehmen



## C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

### C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

Das Unternehmen zahlt dem Geschäftsführer keine Lohn aus.

Die Entlohnung der MitarbeiterInnen entspricht der Stufe 1 des Tarifniveau 12 des öffentlichen Dienstes TVÖD E12 Stufe 1 . Die innerbetriebliche Spreizung ist nahe null. Ein Verfahren zur Selbstbestimmung des Verdienstes wird zur Zeit nicht entwickelt. Es ist besonders vereinbart, dass die MitarbeiterInnen in ihrer freien Zeit einer selbständigen Tätigkeit nachgehen können. Dies würde auch gelten, wenn ein Auftrag durch Kontakte bei HMP zustande gekommen sind.

#### Verpflichtende Indikatoren

##### Höchst- und Mindestverdienst innerbetriebliche Spreizung

Höchstverdienst: 1.700 € Arbeitnehmer-Brutto 17h , entspricht 1200 Euro Arbeitnehmer-Netto für eine 17 h Stelle

Mindestverdienst: 1.750 € Arbeitnehmer-Brutto 20h

Ausgenommen: Praktikantenvertrag

##### Medianverdienst

Ca. 1725 € 18,5 Std

##### Standortabhängiger „lebenswürdiger Verdienst“

Über 1.330 € Netto – Verdienst für eine Vollzeitstelle.

Quelle: Einstiegsbilanz der GWÖ Leitfaden , nicht Berlin-spezifisch

Armutsriskogrenze 2018 bei 1100 Euro , nicht Berlin-spezifisch

Quelle: Europäisches Parlament, aus:

<https://www.grundeinkommen.de/10/03/2016/bedingungslosigkeit-und-hoehe-des-grundeinkommens.html>

6 P

### C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

Die Arbeitszeit ist in vergleichsweise hohem Masse selbstbestimmt durch das Home-Office Modell: Die MitarbeiterInnen arbeiten weitgehend flexibel nach ihrer eigenen Zeiteinteilung. Die Stundennachweise werden auf Vertrauensbasis selbst geführt. Die Mitarbeiter haben eine individuell vereinbarte Aufgaben-Zuordnung, innerhalb deren sie eigenverantwortlich und selbstbestimmt arbeiten. Regelmässige Rücksprachen per Telefon oder persönlich und Entscheidungen gestalten Form und Inhalt der Zusammenarbeit.

Überstunden fallen nicht regelmässig an und sind nicht massgeblich für den Erfolg des Unternehmens. Überstunden werden soweit möglich im Rahmen des flexiblen Systems zeitnah ausgeglichen.

#### Verpflichtende Indikatoren

Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit z.B. 38 Stunden :  
35 Std

Tatsächlich geleistete Überstunden:  
in Ausnahmefällen z.B. Konferenzorganisation

7 P  
C2.3 Ausgestaltung des  
Arbeitsverhältnisses und der Work-Life-  
Balance 7 P

Das Home Office Modell ermöglicht eine gute Work-Life-Balance.  
„Kernarbeitszeiten“ sind mit den Mitarbeiterinnen verabredet um die zeitliche Abgrenzung von Betrieb und Privatleben zu erleichtern.

Ende 2017 wird für fünf Monate eine Praktikanten mit einem monatlichen Entgelt von 200€ plus einer einmaligen Prämie von 200€ beschäftigt.  
Gesamtes Praktikumsentgelt 1.200 €.

Die befristete Beschäftigung von Mitarbeiterinnen ist 1 abhängig von der Art des Projektes in dem sie arbeiten und dessen Finanzierungsgrundlage oder 2 begründet durch Elternzeitvertretung.

#### Verpflichtende Indikatoren

##### Auflistung aller möglichen Arbeitsmodelle

Modell: Teilzeit im Homeoffice: 2 Mitarbeiterinnen  
Modell: Freie Mitarbeit - Werkvertrag: 1 Mitarbeiter  
Modell: Praktikum: 1 Mitarbeiterin im Berichtszeitraum

Anzahl der Führungskräfte/Mitarbeitenden mit individuellen Arbeitsmodellen z.B. Teilzeit, Jobsharing  
s.o.

C2.4 Negativaspekt: ungerechte  
Ausgestaltung der Arbeitsverträge  
0 P

Arbeitsverträge sind nicht ungerecht ausgestaltet.

#### Verpflichtende Indikatoren

Standortabhängiger "Lebenswürdiger Verdienst":	1.100 -1330 € mtl. Netto. D.h. ohne Steuer und Sozialversicherungsabgaben. Quellen s. oben
Gewinn:	0
Mitarbeiter*innenanzahl:	2-4
Höchst- und Mindestverdienst	Ca. 3.400€ mtl. Arbeitnehmer-Brutto Hochrechnung auf 100% Stelle
Anzahl der Pauschalverträge	1 Praktikum 5 Mon , 1 Werkvertrag 4 Mon
Anzahl der Null-Stunden-Verträge	Keine
Mindest- und Maximalvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden	Keine Zeitarbeit
Anzahl aller Beschäftigten inkl. Zeitarbeitenden	2-4
Anzahl der Zeitarbeitenden	0
Laufzeit von befristeten Arbeitsverträgen	1-2 Jahre
Anteil von befristeten Arbeitsverträgen	2
Verlängerungspraxis von befristeten Arbeitsverträgen	Keine

## C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

### C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

6 P

Da die Mitarbeiterinnen im Home Office arbeiten sind sie für ihre Ernährung selbst verantwortlich. Es gibt keine Kantine. Arbeitsbesprechungen mit Bewirtung finden vorzugsweise in Lokalen mit vegetarisch-vegan-regionalen Angeboten statt und die Firma übernimmt die Rechnung.

#### Verpflichtender Indikator

##### Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft

Geschäftsführer vorbildlich: Ernährung überwiegend > 75 % fleischlos, Lebensmittel vorwiegend lokal, saisonal, biologisch zertifiziert.  
Mitarbeiterinnen: erfahren bis vorbildlich: >50% fleischlos, Lebensmittel vorwiegend lokal, saisonal und biologisch zertifiziert, Fleisch aus lokaler Weidehaltung.

### C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

9 P

Im Berichtszeitraum wurden ausschließlich ausschliesslich Fahrrad, Bahn und ÖPNV genutzt.

Durch das Home office wird ein Grossteil der Fahrten vermieden. Fahrten zu Arbeitstreffen ausschliesslich mit ÖPNV und/oder Fahrrad.

Dienst-Flugreisen haben einen hohen Anteil an THG Emissionen. Geflogen wird nur fallweise bei Entfernungen, die mit der Bahn länger als 6 Stunden dauern würden. Im Berichtszeitraum ist keine dienstliche Flugreise angefallen. Der Geschäftsführer legt wenn möglich private Flugreisen mit Reisen für HMP zusammen. Wo immer möglich, wird jedoch eine Konferenzreise um 2 Tage verlängert, dann ist auch bei grösseren Distanzen eine Bahnreise machbar.

#### Verpflichtender Indikator

##### Anteil der Anreise mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß

Berlin: 100% ÖPNV und Fahrrad  
Dienstreisen: 100 % Bahn, 0 % Flug

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung  
für ökologische Prozessgestaltung

7 P

Die Mitarbeitenden sind sehr aufmerksam und engagiert, die Maßnahmen zur Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks zu unterstützen. Bio-Nahrungsmittel, Nutzung von Fahrrad und ÖPNV, erneuerbare Energien sind bevorzugte Strategien.

Da alle überwiegend im Home Office arbeiten und diese Maßnahmen selbständig anwenden, ist die gemeinsam geteilte Überzeugung zentral wichtig. Die ökologische Gestaltung der Arbeitsprozesse wird häufig direkt in Team-meetings thematisiert um die beste Lösung zu finden. Eine Dokumentation darüber ist für den Berichtszeitraum nicht vorhanden, seit 2018 werden Protokolle der Teammeetings erstellt, d.h. die ökologisch bewusste Gestaltung von Geschäftsprozessen wird nachvollziehbar.

Verpflichtende Indikatoren

Bekanntheitsgrad der Unternehmenspolitik zu ökologischem Verhalten in %  
100%

Akzeptanzgrad des ökologischen Betriebsangebots bei Mitarbeitenden in %  
100% oder darüber☺

C3.4 Negativaspekt: Anleitung zur  
Verschwendung / Duldung unökologischen  
Verhaltens

0 P

Es gibt keine Geschäftsregeln, die ökologisch Schlechterwertiges anregen, obwohl Besserwertiges verfügbar ist.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verlängerung von Dienstreisen um eine Bahnreise statt Flug auch bei grösserer Entfernung zu ermöglichen.

## C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

### C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

5 P

Projektbudgets sind transparent.

Daten über Einnahmen und Ausgaben sind nur den verursachenden Personen bekannt, aber auch nicht ausdrücklich geheim.

Die Gehälter und Arbeitsverträge sind allen Mitarbeiterinnen gegenseitig bekannt. Es ist bekannt, dass HMP von der Humanistic Business Foundation unterstützt wird und Kostendeckung vorausgesetzt werden kann. Die Mitarbeitenden verstehen finanzielle Daten. Zum Jahrestätigkeitsbericht tragen alle bei.

Finanzielle Entscheidungen wie Anträge auf Fördermittel werden vom Geschäftsführer nach Beratung mit den Mitarbeiterinnen getroffen.

Wenn Belange der Mitarbeiterinnen direkt berührt sind, wie Weiterbildung oder Reisekosten-Übernahme, entscheiden sie mit.

Verfügbare kritische und wesentliche Daten: ca 2/3

Projektbudgets enthält u.a. : Preiskalkulation, Arbeitszeitkalkulation

Jahrestätigkeitsberichte

Gehälter

Nicht verfügbare kritische und wesentliche Daten: ca: 1/3

Jahresabschluss seit 2018 verfügbar

Zuwendungsanträge an die Stiftung, die nach Bedarf vom Geschäftsführer an die Stiftung gestellt werden.

**Verpflichtender Indikator**

**Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten** Einschätzung in % .

66,6%

### C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

2 P

Der Geschäftsführer ist die einzige Führungskraft. Die Mitarbeiterinnen entscheiden sich, für ihn und mit ihm zu arbeiten, wenn sie HMP beitreten.

Wenn Entscheidungen oder Verhalten des Geschäftsführer nicht auf Zustimmung trifft, gibt es Kritik. Bisher wurden alle kritischen

Rückmeldungen an den Geschäftsführer zur Zufriedenheit der Mitarbeiterinnen gelöst.

#### Verpflichtender Indikator

Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/Gespräch/Mitgestaltung/  
Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden  
Keine

#### Verbesserungspotenziale/Ziele:

Eine formale Beurteilung des Geschäftsführers jährlich durchführen, z.B  
halbjährliche MitarbeiterInnengespräche mit Feedback an den  
Geschäftsführer, schriftlich festgehalten

### C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden 6 P

Aufgrund eines persönlichen, hierarchiearmen Umgangs und vergleichbarer fachlicher Qualifikation setzt HMP auf die Partizipation der Mitarbeitenden als produktive und kreative Kraft. Es gibt Arbeitsbereiche, bei denen Mitarbeiterinnen Wissens- oder Erfahrungsvorteile haben, die sie konstruktiv einsetzen. Die Unternehmenskultur fußt auf der Haltung 'alle lernen dauernd von allen'.

Innerhalb eines gegebenen Projektes können die MitarbeiterInnen sowohl die Steuerung des Projektes wie auch eigene Aufgaben darin mitgestalten. MitarbeiterInnen können auch neue Projekte vorschlagen und über deren Gestaltung mitentscheiden. MitarbeiterInnen werden zur Ausrichtung des HMP Portfolios regelmässig befragt und gehört. Der Mittelzufluss durch die Stiftung ist von der Mitentscheidung ausgenommen.

#### Verpflichtender Indikator

Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/ Mitwirkung  
/Mitentscheidung getroffen werden in %  
75%

### Negativ-Aspekt C4.4 Verhinderung des Betriebsrates 0 P – Gewichtung: trifft nicht zu

Für einen Betriebsrat ist die Anzahl der MA zu klein.

#### Verpflichtende Indikatoren

Betriebsrat: vorhanden/nicht vorhanden; seit wann?  
Nicht vorhanden.

## D1 Ethische Kund\*innenbeziehungen

### D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund\*innen

6 P

HMP ist ein Dienstleistungsunternehmen und verkauft ‚Ethik Know-how‘, d.h. es bietet Unternehmen und anderen Organisationen beratende Dienstleistungen in den Bereichen Reflexion, Überprüfung, Anpassung/Korrektur von Geschäftspraktiken mit einer ethischen Zielsetzung an. Wir wählen KundInnen nach deren Bereitschaft aus, für ethisches Verhalten einzutreten und ihre diesbezügliche Leistung zu verbessern und transparent zu berichten.

Angeboten werden u.a. Einzel- und Gruppengespräche, Workshops und Trainings. Um dabei eine qualitativ hochwertige Leistung zu erbringen ist es aus fachlicher Sicht absolut geboten, bei der Auftragsklärung darauf zu achten, dass der KundInnennutzen die Leistung definiert und nicht andere Motive wie z.B. Umsatzstreben oder Missionseifer .

Das Grundkonzept einer ethischen Kundenbeziehung bei HMP besteht darin, den VertreterInnen von Organisationen und Unternehmen stets offen und respektvoll gegenüber zu treten. Durch kritisch-konstruktives Nachfragen macht HMP auf etwaigen Handlungsbedarf aufmerksam, es wird aber niemals versucht, künstlich Handlungsbedarf herzustellen bzw. zu suggerieren, um an Aufträge zu gelangen.

HMP führt Gespräche auf Augenhöhe mit Zuliefer- oder Kundenunternehmen und Netzwerkpartner\*innen sowie im Rahmen der Forschungsarbeiten mit Unternehmer\*innen. Dabei werden von HMP grundsätzlich alle relevanten Informationen offengelegt und die eigenen Absichten und Ziele z.B. Weiterentwicklung ethischer Geschäftsmodelle, Verbreitung der GWÖ-Bilanz transparent gehandhabt. Gespräche sind geprägt von Respekt gegenüber den Gesprächspartnern und dem Bestreben gute Kooperationsbeziehungen zu entwickeln.

Kundenfeedback wird während der Beratung zur Prozessteuerung eingesetzt; und es wird aktiv nach Beendigung von Aufträgen eingeholt. Außer unterschiedlichen Graden von Kundenzufriedenheit gab es im Berichtszeitraum keine Reklamationen.

Der Verkauf findet über den Aufbau von Kontakten statt, z.B. auf Konferenzen und über Mundpropaganda.

Mit Kund\*innen, bei denen wir den Eindruck haben, dass sie Greenwashing betreiben, arbeiten wir nicht zusammen.



Unsere Überlegungen zur Zusammenarbeit mit KundInnen sind auch in den Berichten CoP Global Compact Network und DNK Deutscher Nachhaltigkeitskodex dargestellt:

[http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/cop\\_2017/447451/original/Communication\\_Of\\_Progress\\_2017\\_im\\_DGCN.pdf?1513602333](http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/cop_2017/447451/original/Communication_Of_Progress_2017_im_DGCN.pdf?1513602333)  
<http://datenbank2.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/Profile/CompanyProfile/13380/de/2017/dnk>

### Verpflichtende Indikatoren

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

Es gibt kein Budget für Werbemaßnahmen ausser der Webseite. Das Budget für die Webseite belief sich auf: Hinzu kommt ein Anteil der Arbeitszeit zur Pflege und Entwicklung. Die Website ist eine wichtige Visitenkarte und Marketing-Plattform.

Darüber hinaus machen MitarbeiterInnen von HMP häufig unbezahlte Beiträge, die u.a. die Bekanntheit von HMP erhöhen und mittelbar zu bezahlten Aufträgen führen können.

#### Art der Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden: fixe und umsatzabhängige Bestandteile in %

Verkäufe werden nicht durch Prämien angereizt. null%

#### Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: ja/nein

Nein

## D1.2 Barrierefreiheit

### 6 P Good Practice

Unser Angebot richtet sich an alle Bevölkerungsgruppen, aber unter unseren Kunden sind vorwiegend gut gebildete und gut informierte Personen in Führungspositionen in Unternehmen und Organisationen. Angebote für KonsumentInnen und MitarbeiterInnen in Unternehmen /Organisationen sind in Arbeit.

Finanzielle Barrieren:

Einpersonen- und Kleinstunternehmen erhalten günstigere Konditionen und werden oft gratis bedient. Fallweise wird gratis gearbeitet.

Ab 2018 wird eine Mitarbeiterin eingestellt, deren Auftrag die Integration von Immigrantinnen in Ausbildungsverhältnisse ist.

Im Unternehmensbereich arbeiten wir vorwiegend mit Betriebsgrößen von 5 bis 500 zusammen. Kleinere Unternehmen erhalten günstigere Konditionen.

Ideologische Barrieren:

Konzerngesteuerte Unternehmen können sich unserem Angebot aus ideologischen Gründen /Rigidität ihres Geschäftsmodells nicht annähern. Wir überbrücken dies mit dem sog. Dax-Projekt: Wir erstellen ungefragt eine Art GWÖ Bilanzen für DAX Konzerne aus den Informationen die diese z.B. in Nachhaltigkeitsberichten verfügbar machen. Im nächsten Schritt nehmen wir an ausgewählten Hauptversammlungen (2018: BMW, Deutsche Bank und Hugo Boss) teil und halten Reden, die Unternehmenspolitik jeweils auf Grundlage der GWÖ-Analysen kritisieren. Daraus ergaben sich Kontakte und Aktivitäten mit kritischen Aktionär\*innen (z.B. urgewald, FemNet) aber auch weiterführende Gespräche zum Thema GWÖ mit KonzernmitarbeiterInnen – und managerInnen.

Verpflichtender Indikator

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

Beratung GWÖ-Bilanz Literaturfestival Berlin inkl. Audit

Virtueller bzw entgangener Umsatz:

Ca 7500 Euro / Jahr (=15 Gespräche zu je 500 Euro)

D1.3 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen  
0 P

Welche konkreten Werbe- oder Verkaufsmaßnahmen sind kritisch oder könnten unethisch sein? Warum? Und was wären ethische Alternativen?

Keine

Welche Werbemaßnahmen gehen über eine informative Homepage, neutrale Produktinformationen, Nutzungshinweise oder Wissensvermittlung hinaus?

Keine

Verpflichtender Indikator

Anteil der Werbeausgaben, die auf ethische und unethische Kampagnen entfallen.

Keine

## D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

### D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen

6 P

Mit Beratungs-Unternehmen, deren Ziel ebenfalls eine ethische Unternehmens-Führung ist, arbeiten wir eng zusammen. Es werden Produkte und Produkt-Angebote ausgetauscht, eigene Präsentationen weitergegeben und gemeinsam Tagungen veranstaltet.

Wissenschaftliche Institute kommen als Partner für Unternehmens-Forschung in Frage. Im Berichtszeitraum gab es eine Forschungs-Kooperation mit dem IASS Potsdam.

Mit Unternehmen, die Kunden sind oder die ethisch inspirierte Geschäftsmodelle betreiben, findet ein reger Erfahrungsaustausch statt. Die im Berichtszeitraum entstandene obige Studie ist eine Art der Wissensproduktion und -weitergabe. Daraus ergeben sich Präsentationen und weitere Artikel in Zeitschriften und Zeitungen.

HMP hat erstmals in 2017 eine Konferenz für Gemeinwohl-Unternehmen mit organisiert und dies in 2018 wiederholt.

Die Kooperation mit diesem Unternehmens-Sektor zielt darauf ab, öko-faires Verhalten von Unternehmen zu verbreiten und dadurch zu verallgemeinern; diese Unternehmen besser miteinander und in die weitere GWÖ Bewegung hinein zu vernetzen, sowie Kooperationen zwischen diesen Unternehmen anzustossen. Ziel ist dass der GWÖ-Standard von möglichst vielen Akteuren in vielen Branchen angewandt wird.

#### Verpflichtende Indikatoren

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 pro Jahr bzw. als %-Anteil ?

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

Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen auch regional  
15% Kooperation mit Unternehmensberater\*innen die Unternehmen mit ethisch inspirierten Geschäftsmodellen in Berlin beraten,

Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen

5% Kooperation mit Unternehmensberater\*innen die Unternehmen mit ethisch inspirierten Geschäftsmodellen“ im grösseren deutschsprachigen Raum beraten (ausserhalb Berlins).

Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, aber mit anderer Zielgruppe

5% Kooperation mit Unternehmensberater\*innen in Berlin, die Unternehmen mit konventionellen Geschäftsmodellen beraten.

In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen

Anzahl: x/3 ?

In 2 von 3 :

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

Ja, HMP engagiert sich, z.B. mit UnternehmensGrün.

aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche  
Responsible Lobbying

Nein, HMP engagiert sich nicht

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

Ja, HMP engagiert sich

## D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen

6 P

HMP gibt bezahlte Aufträge regelmässig und sehr gerne weiter, z.B. an GWÖ-BeraterInnen.

Verpflichtende Indikatoren

Wie viele Arbeitskräfte bzw. Mitarbeitendenstunden wurden an Unternehmen ...

anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

keine

der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

Keine

Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen ...

anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

keine

der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

2016/2017 ca 30% der Gesamtaufträge.

Wie hoch ist die Summe an Finanzmitteln, die an Unternehmen ...

anderer Branchen weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

Keine

der gleichen Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

HMP unterstützt Mitunternehmen im GWÖ Kreis soweit mit der Gemeinnützigkeit vereinbar, ca. 5% vom Umsatz

### D2.3 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen O P

HMP hat keine Marktmacht und strebt auch keine an. Wir wollen den Marktanteil der ethischen Unternehmen ausweiten und nehmen dabei geringere Marktanteile konventioneller Unternehmen in Kauf.

Verpflichtende Indikatoren

Findet ein wertender Vergleich besser/schlechter bzw. im USP mit der Leistung und den Angeboten von Mitunternehmen in der Kommunikation statt?

Die Unternehmenspolitik im konventionellen Bereich wird in ihren negativen Konsequenzen für Mensch, Gesellschaften und Natur angegriffen.

Wird zumindest bei einem Produkt bzw. einer Dienstleistung eine Dumpingpreisstrategie verfolgt?

Nein

Werden geheime/verdeckte Preisabsprachen mit anderen Unternehmen getroffen?

Mit anderen ethisch motivierten UnternehmensberaterInnen wird über Preise und Kunden gesprochen. Die tatsächlich vereinbarten Preise bleiben in der Entscheidung jedes Unternehmens.

Ist die Maximierung der Marktanteile auf Kosten von Mitunternehmen, Kund\*innen oder Produzent\*innen in der Unternehmensstrategie verankert?

Nein – allerdings verbreiten wir gerne eine ethische Unternehmens-Strategie und nehmen das Zurückdrängen von konventionellen Strategien mit stiller Genugtuung in Kauf.

Werden für eigene Produktideen zahlreiche Patente erwirkt, die selbst nicht weiterverfolgt oder genutzt werden und die andere Unternehmen bei der Weiterentwicklung/Forschung/Innovation blockieren könnten bzw. sollen?

Nein – im Gegenteil. Eigene Dienstleistungen werden mit anderen Unternehmen gratis ausgetauscht, damit öko-faire Geschäftsmodelle unterstützt werden.

### D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

#### D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen Effizienz und Konsistenz 1 P

Die ökologischen Auswirkungen der Nutzung unserer Dienstleistungen sind nicht bekannt, aber wir gehen davon aus, dass diese langfristig gesehen positive Auswirkungen sind.

Kundenliste:

IASS

Springer Verlag

Landgut Stober

Literaturfestival

Sehlbach

Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin

FemNet Textilbündnis

Arbeitskreis Unternehmen der GWÖ

Nichtsdestotrotz sind wir uns der Tatsache bewusst, dass HMP wie alle Unternehmen davon profitiert, dass systemimmanente ökologische Kosten in einem hohen Masse externalisiert sind. Für die Produkte und Dienstleistungen von HMP sind z.B. die ökologischen Kosten und Folgekosten von Mobilität und Fernreisen z.B. bei bahnreisenden Konferenzteilnehmern, des weltweiten Internetbetriebs und der Elektronikindustrie externalisiert.

#### D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen Suffizienz 2 P

Der ökologische Fußabdruck der HMP Dienstleistungen liegt noch nicht vor. Es ist geplant, in Zukunft eine genaue Berechnung des ökologischen Fußabdrucks von HMP zu erstellen und damit zu arbeiten.

Wenn HMP Kund\*innen strategische Empfehlungen zur Gestaltung eines Geschäftsmodells gibt, zielen diese immer auf die Verringerung des ökologischen Fußabdrucks und die optimale Gestaltung des sozialen Nutzens.

Produkt /Dienstleistung	Suffizienzfördernd?
Publikationen Studie zu den Bewusstseinsformen von Unternehmen mit ökofairen Geschäftsmodellen Kooperation mit IASS	Suffizienz ist insoweit angesprochen als die Wirtschaftstätigkeit in
Publikationen Artikel 'Innovative Geschäftsmodelle im Anthropozän' publiziert im Sammelband des Springer-Verlags "Nachhaltige Potenziale nutzen - CSR und Innovation"	einen ethischen Rahmen gestellt wird. Bei Lehraufträgen und anderen Vorträgen wird

Publikationen	Artikel "CSR in Mikro-Unternehmen" publiziert im Sammelband des Springer-Verlags "Nachhaltige Potenziale nutzen - CSR und Innovation"	das Thema Suffizienz oft, nicht immer, mit angesprochen.
Publikationen	Veröffentlichung Studie "Die mentale Innovation: Werte und Einstellungen öko-fairer UnternehmerInnen"	
Beratung	Erstellung der GWÖ-Bilanz für diverse Kunden: IASS, Landgut Stober, Literaturfestival, Sehlbach	Thema Suffizienz explizit bearbeitet.
Lehrfähigkeit	Lehrauftrag an der HWR Berlin 40h, im Fach Corporate Social Responsibility	
Vorträge	Vorträge zu ethischer Unternehmensführung mit Schwerpunkt GWÖ bei Unternehmen, Stiftungen, Zivilgesellschaftlichen Organisationen	
Analysen	Analyse der Nachhaltigkeitsberichte von DAX Konzernen BMW, Deutsche Bank, Hugo Boss	Thema Suffizienz wird
Analysen	Bewertung von Roadmaps im Textilbündnis Auftraggeber: NGOs im Bündnis	nicht explizit bearbeitet.
Konferenzen	Organisation und Durchführung der 1. Konferenz für Unternehmen der GWÖ Kunde. Arbeitskreis Unternehmen der GWÖ	
Netzwerken	Global Compact Deutschland, Rat für Nachhaltigkeit, GWÖ, Unternehmensgrün, Wandelwoche	

D3.3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen O P - G: trifft nicht zu

### Berichtsfragen

In welchen Bereichen wird eine übermäßige Nutzung über Preisgestaltung, Anreizsysteme, geplante Obsoleszenz etc. gefördert bzw. bewusst in Kauf genommen?

Unverhältnismäßige ökologische Auswirkungen werden nicht in Kauf genommen.

Bei welchen Produkten und Dienstleistungen können mit einer oder wenigen Nutzungen durch jeden Menschen oder durch gleichbleibendes bzw. steigendes Nutzungsniveau die globalen Belastungsgrenzen überschritten werden?

Durch die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen von hmp durch jeden Menschen bzw durch gleichbleibendes Nutzungsniveau werden die globalen Belastungsgrenzen nicht überschritten.



## D4 Kund\*innenmitwirkung und Produkttransparenz

D4.1 Kund\*innenmitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung  
3 P

Unsere Empfehlungen für ethische Unternehmensstrategien werden in der Auseinandersetzung mit vorbildlichen Unternehmen gewonnen. Sie entstehen auch am grünen Tisch unserer Denkwerkstatt aber werden durch empirische Forschung der Unternehmenspraxis erhärtet und anwendungserprobt.

Die Beratungsprodukte, die aufgrund der Unternehmensforschung entstehen, werden häufig im Dialog mit Mit-Unternehmen zu vollendeten Dienstleistungs-Angeboten entwickelt.

Unsere Forschungsergebnisse basieren auf empirischer Sozialforschung. So ist die Studie zum ökofairen UnternehmerInnenverhalten mit hohem Input von Seiten der Interviewees entstanden.

Die Konferenzen für Unternehmen der GWÖ werden prinzipiell durch Feedback und Input aus dem Kreis der Teilnehmer vorbereitet und gestaltet. Ab 2018 wird die Konferenz sogar regional von der Regionalgruppe der GWÖ gemeinsam mit bilanzierten Unternehmen der Region organisiert.

## Verpflichtende Indikatoren

Tabelle Produkte / Leistungen des Unternehmens 2016/2017 im Überblick

		2017	2016	Auftrag	Veröffentlicht?
Publikationen	Studie zu den Bewusstseinsformen von Unternehmen mit ökofairen Geschäftsmodellen Kooperation mit IASS	x	x	Fellowship Kooperationsvereinbarung	Website./ IASS- Reihe
Publikationen	Artikel 'Innovative Geschäftsmodelle im Anthropozän' publiziert im Sammelband des Springer-Verlags "Nachhaltige Potenziale nutzen - CSR und Innovation"	x		Schriftliche Vereinbarung	Website./ Springer-Verlag
Publikationen	Artikel "CSR in Mikro-Unternehmen" publiziert im Sammelband des Springer-Verlags "Nachhaltige Potenziale nutzen - CSR und Innovation"	x		Schriftliche Vereinbarung	Website./ Springer-Verlag
Publikationen	Veröffentlichung Studie "Die mentale Innovation: Werte und Einstellungen öko-fairer UnternehmerInnen"	x		Schriftliche Vereinbarung	Website
Beratung	Erstellung der GWÖ-Bilanz für diverse Kunden: IASS, Landgut Stober,	x	x	mündlich oder	Nur fertige Bilanz

	Literaturfestival, Sehlbach				schriftlich
Lehrtätigkeit	Lehrauftrag an der HWR Berlin 40h, im Fach Corporate Social Responsibility	x	x		Lehrauftrag Nein
Vorträge	Vorträge zu ethischer Unternehmensführung mit Schwerpunkt GWÖ bei Unternehmen, Stiftungen, Zivilgesellschaftlichen Organisationen		x		Oft ohne Vertrag Nein
Analysen	Analyse der Nachhaltigkeitsberichte von DAX Konzernen BMW, Deutsche Bank, Hugo Boss	x			Eigeninitiative Website
Analysen	Bewertung von Roadmaps im Textilbündnis Auftraggeber: NGOs im Bündnis, Ansprechpartner: FemNet		x		Vertrag mit FemNet Nein
Konferenzen	Organisation und Durchführung der 1. Konferenz für Unternehmen der GWÖ	x			Eigeninitiative Ja
Netzwerken	Global Compact Deutschland, Rat für Nachhaltigkeit, GWÖ, Unternehmensgrün, Wandelwoche	x	x		Eigeninitiative Nein

### Anteil der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen, die mit der Beteiligung von Kund\*innen entstanden sind.

50%

- Alle Studien Publikationen sind auf Grundlage von Befragungen erstellt.
- Die Konferenz für Unternehmen der GWÖ wurde z.T. mit und durch den Arbeitskreis AK Unternehmen der GWÖ sowie weitere beteiligte Unternehmen gestaltet. Die Folgekonferenz wurde unter Berücksichtigung von Rückmeldungen und Wünschen der beteiligten Unternehmen konzipiert.

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

indirekt

## D4.2 Produkttransparenz

1 P

Übersicht der Aufträge: vgl Tabelle unter D4.1

In Studien, Vorträgen, Lehraufträgen verweisen wir auf die intellektuellen Quellen unserer Empfehlungen, wie z.B. Humanistic Management oder die GWÖ.

Die Preisfindung ist bei Angeboten insoweit transparent, als die Anzahl der Berater-Tage und die Tageshonorare aufgeführt werden.

Unsere Beschaffungsstrategie tut das Bestmögliche, um Externalisierungen zu vermeiden. Wir tun das durch die Beschaffung von öko-fairen Waren,

Seite 53 von 68

wie in A1 ausgeführt. Insoweit sind höhere Kosten bereits in unserem Geschäftsmodell enthalten.

Wenn externalisierte Kosten internalisiert, also bezahlt werden müssten geben würde, beträfe das HMP vermutlich vor allem bei Auto- und Flugreisen, Heizung, dem Internetbetrieb weltweit und den ökologischen und soziale Kosten der Elektronikindustrie. Auto- und Flugreisen sind im Berichtszeitraum nicht angefallen.

#### Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen in % des Umsatzes  
null

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

Ausmaß der externalisierten Kosten von Produkten und Dienstleistungen  
keine

D4.3 Negativaspekt: kein Ausweis von  
Gefahrenstoffen  
0 P - G: trifft nicht zu

#### Verpflichtender Indikator

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

## E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

### E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben 10 P

Die offizielle Regierungspolitik Deutschlands, der EU und der internationalen Staatengemeinschaft betont die Notwendigkeit, die Wirtschaft den Bedingungen eines Planeten anzupassen, der zunehmend ausgebeutet und zerstört wird und eine naturerhaltende und lebensdienliche Zivilisation zu schaffen. Dies wird von Natur- und Gesellschaftswissenschaften und von zivilgesellschaftlichen Organisationen für dringend geboten gehalten. Die Regierungen zeigen allerdings keine konsistente Handlungsbereitschaft und bleiben im Deklamatorischen stecken, weil in Gesellschaft und Wirtschaft die konventionellen Denkmuster und Interessen immer noch die Mehrheit darstellen.

HMP trägt zur Verbreitung von öko-fairen Unternehmenspraktiken bei und zielt vor allem auf die tiefere Bewusstseins-Ebene der Werte und Weltbilder, aus denen Handlungsmotive und Geschäftsmodelle entstehen. Im Zentrum des Wirkens von HMP stehen die EntscheidungsträgerInnen in der Wirtschaft vor allem, denn mit dem täglichen Produzieren von Gütern und Dienstleistungen werden auch Werte und Haltungen produziert, reproduziert und gefestigt – oder eben verändert, wenn ein Unternehmen z.B. im Sinne der Werte der Gemeinwohl-Ökonomie arbeitet.

GWÖ-orientiertes Wirtschaften lindert auf breiter Geschäftsgrundlage die negativen Begleitwirkungen, die Symptome der profitgetriebenen, raubtierkapitalistischen Unternehmen und/aber kraft der Einwirkung auf die tieferen und die gesellschaftlichen Bewusstseinschichten entsteht eine neue Wirtschaftspraxis, die menschen- und lebensdienlich ist.

Der freiwilligen Initiative von Unternehmen und Organisationen, von NGOs und engagierten BürgerInnen kommt deshalb die Bedeutung zu, diese gesellschaftliche Transformation in Wirtschaft und Staat zu bewirken.

HMP unterstützt diese Kräfte und ihre Initiativen. Insoweit sind 100 % der Energie und Ressourcen von HMP der Lösung der gesellschaftlichen und ökologischen Probleme gewidmet.

HMP unternimmt keine systematische Evaluationen der Wirkungen seiner Arbeit.

Visionäre Lösungen für soziale oder ökologische Probleme hat HMP im Berichtszeitraum nicht entwickelt. Produkte, die visionäres Denken anregen,

sind die Studien, sowie die Konferenz für Unternehmen der Gemeinwohlökonomie.

### Verpflichtende Indikatoren

Tabelle Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes

Erfüllte Bedürfnisse:	
Grundbedürfnisse	100%
Statussymbole bzw. Luxus	0%
<hr/>	
dient der Entwicklung ...	
der Menschen	100%
der Erde/Biosphäre	100%
<hr/>	
Löst soziale oder ökologische Probleme laut UN-Entwicklungszielen	
100%	
<hr/>	
Nutzen der Produkte/Dienstleistungen:	
Mehrfachnutzen bzw. einfacher Nutzen	100%
hemmender bzw. Pseudo-Nutzen	0%
Negativnutzen	0%

## E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

10 P

HMP kann seit 2011 im Zusammenspiel mit den Kräften in Wirtschaft und Gesellschaft, die in die gleiche Richtung arbeiten, Erfolge vorweisen.

Durch die Erstellung zweier Studien zur unternehmerischen Umsetzung der Gemeinwohlökonomie sowie durch Lehrtätigkeiten und Vorträge hat HMP dazu beigetragen, dass die Gemeinwohlökonomie bekannter und verstanden wird. HMP organisiert und beteiligt sich darüber hinaus an Veranstaltungen, die sich an ein Spektrum von Adressaten richten.

Durch Beratung und Vermittlung von Beratung hat HMP dazu beigetragen, dass sich die Anzahl Gemeinwohl-zertifizierter Unternehmen steigt. Durch die spezifische Organisation von Veranstaltungen und Konferenzen, die sich an GWÖ-Unternehmen richten hat HMP unterstützt, dass zwischen diesen Vernetzung und Kooperation entstanden ist.

Durch die Netzwerkarbeit erreichte HMP, dass sich die Bekanntheit dieses Sektors in der Unternehmensöffentlichkeit und in der konventionellen Nachhaltigkeitsszene erhöht.

In der folgenden Tabelle sind kurzfristig beobachtbare Wirkungen der Forschungs-, Lehr- und Beratungsarbeit beschrieben. Darüber hinaus unternimmt HMP keine systematischen Evaluationen.

Verpflichtende Indikatoren:

### Art und Anzahl der Aktivitäten/Maßnahmen pro Jahr

## Anzahl der erreichten Menschen, z.B. Leser\*innen, Besucher\*innen

Tabelle Gesellschaftliche Wirkungen

Bereich /Produkt	Wirkungen
Forschung /Kooperation mit IASS	Studie „Die mentale Innovation: Werte und Einstellungen öko-fairer UnternehmerInnen“ wurde bisher 140 mal abgerufen / Das Institute for Advanced Sustainability Studies IASS wird die Forschung zur GWÖ fortsetzen.
Publikationen	Über den Sammelband "Nachhaltige Potenziale nutzen - CSR und Innovation" des Springer-Verlag erreicht der Artikel "Innovative Geschäftsmodelle im Anthropozän" Multiplikatoren in der Konferenz erreicht die Studie "CSR in Mikro-Unternehmen" Multiplikatoren in der Wissenschaft.
Beratung	Bei der Erstellung von GWÖ Berichten kommen meistens Verbesserungsideen zur Sprache, von denen wir annehmen, dass sie teilweise auch umgesetzt werden / Anzahl der GWÖ-Zertifizierten Unternehmen erhöht / Mehr Aktive in der GWÖ Bewegung
Analyse der Nachhaltigkeitsberichte von DAX Konzernen	Vorträge bei den Hauptversammlungen der 3 DAX Unternehmen BMW, Deutsche Bank, Hugo Boss und anschließende Gespräche.
Analyse der Roadmaps im Textilbündnis	Ergebnisse der Analyse wurden im Textilbündnis kommuniziert und haben eine Empörung auf der Seite der Unternehmen ausgelöst. Daraufhin wurden für die Roadmaps des Folgejahres präzisere Vorgaben formuliert.
Konferenzen/ Organisation und Durchführung der 1. Konferenz für Unternehmen der GWÖ	Konferenz mit über 60 Teilnehmern durchgeführt. Folge-Konferenz erwünscht und 2018 auch durchgeführt, Guter Austausch und Diskussionsraum zwischen den Unternehmen & stärkere Vernetzung der GWÖ-Unternehmen
Netzwerken	Verbesserung der Bekanntheit von GWÖ in den konventionelleren Nachhaltigkeitskreisen.

Mit Lehre und Vorträgen zur Gemeinwohlökonomie erreicht HMP Multiplikatoren aus verschiedenen Stakeholder-Gruppen der Gesellschaft:

Tabelle Reichweite von Lehrtätigkeit und Vorträgen

Beauftragt von	Zuhörerschaft	Anzahl Beteiligte
Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin	Beispiel: von 28 Studierenden eines Kurses an der HWR Berlin haben ca. ein Drittel Interesse für die Gemeinwohlorientierte Wirtschaftsweise entwickelt; bei ca. fünf Studierenden konnte eine Haltung von Abwehr überwunden und in aktives Interesse verwandelt werden. Einzelne Studierende machen Masterarbeiten zum CSR Thema. Mit einem Student Folgeberatung über Gemeinwohlorientierte Wirtschaftsberatung in Kirgistan.	52
TU Institut für Innovationsforschung	Studierende 3 Kurse	90
Autohaus Golbeck	KundInnen	10
IASS	WissenschaftlerInnen	20

Borderstep GmbH	Nachhaltigkeitsexperten	15
OECD, Paris	CSR-ExpertInnen, international	150
Stiftung Solidarnosc, Warschau	UnternehmerInnen und NGOs	40

### E1.3 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen 0 P

#### Welche direkten und indirekten negativen Auswirkungen haben die Produkte und Dienstleistungen auf das Leben und die Gesundheit von Lebewesen?

Keine. Die Dienstleistungen von HMP wollen eine lebensdienliche, naturerhaltende Wirtschaft in einer demokratischen Gesellschaft erzeugen

#### Welche Auswirkungen haben sie auf die Freiheit von Menschen und auf die Biosphäre unseres Planeten?

Sie tragen zur Entfaltung von Freiheit in Verantwortung in Wirtschaft und Gesellschaft und zum Schutz und zur Restauration der Natur bei. Sie wollen die Freiheit einschränken, Lebensgrundlagen der Berührungsgruppen von Unternehmen zu dezimieren. Die KundInnen, die die Beratungsleistungen von HMP in Anspruch nehmen, sind mehrheitlich aus Sektoren, die keine unethischen Produkte herstellen.

#### Verpflichtende Indikatoren

Umsatzanteil der hier aufgelisteten unethischen Produkte und Dienstleistungen  
null

Kund\*innenanteil, die ihrerseits derartige Produkte herstellen bzw. vertreiben  
null

## E2 Beitrag zum Gemeinwesen

HMP leistet den gesetzlichen Beitrag an lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen für die zwei Teilzeit-MitarbeiterInnen. Da der Geschäftsführer kein Gehalt von HMP bezieht, werden keine Abgaben für ihn geleistet. Ertragssteuern und Körperschaftssteuer fallen für die gemeinnützige GmbH nicht an.

Das Unternehmen erhält keine Förderungen oder Subventionen vom Gemeinwesen. Die Stiftungsmittel sind privat.

### E2.1 Steuern und Sozialabgaben

0 P - G: trifft nicht zu

#### Verpflichtende Indikatoren

##### Umsatz

2016: 65.000 €

2017: 70.000 €

Nettoabgabenquote: Darin sollen folgende Beiträge eingerechnet werden:

##### Effektiv gezahlte Ertragsteuern Einkommensteuer, Körperschaftsteuer

2016: 2020

2017: 2050

##### Lohnsummenabhängige Steuern und Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitgeber\*innen

Geschäftsführer bezieht kein Gehalt. Geschäftsführer lebt von Erträgen aus Pensionsfonds.

##### Differenz aus Brutto- und Nettolohnsumme Summe der Lohnsteuer und SV-Beiträge der unselbstständig Beschäftigten , abzüglich aller unternehmensbezogener Subventionen und Förderungen

Differenz aus Brutto- und Nettolohnsumme: 4070 €

Förderungen und Subventionen: keine

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

Kein Gewinn also kann keine Netto Abgabenquote berechnet werden.

### E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

1 P

Die gesamte Leistung des Geschäftsführer ist ehrenamtlich.



### Verpflichtender Indikator

geldwerte freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen in % des Umsatzes bzw. der Gesamtjahresarbeitszeit

Das Institute for Advanced Accountability Studies, ein Thinktank der Bundesregierung zum Thema Nachhaltigkeit mit Sitz in Potsdam, wurde kostenfrei bei der Erstellung einer Gemeinwohlbilanz beraten. Das IASS kann als Multiplikator die Verbreitung der GWÖ stärken.

E2.3 Negativaspekt: illegitime  
Steuervermeidung  
G: trifft nicht zu

Welche Risiken bestehen im Unternehmen bezüglich illegitimer Steuervermeidung? Folgende Aspekte sind dabei besonders zu berücksichtigen:

Werden Gewinne zwischen Ländern verschoben? Was ist die Grundlage dafür?

Nicht relevant Unternehmen macht keine Gewinne

Werden Zinsen, Lizenzgebühren oder sonstige Abgeltungen für immaterielle Leistungen an Unternehmen in anderen Ländern bezahlt?

Nein

Gibt es Geschäftspartner\*innen in sogenannten Steueroasen?

Nein

Besteht das Risiko, dass im Zuge der Finanztransaktionen Gelder undokumentiert in private Kanäle fließen oder Schwarzgeld gewaschen wird?

Nein

Sind die wirtschaftlich Begünstigten aller Geschäfts- und Finanzpartner\*innen offen deklariert?

Ja

Sind die internationalen Finanztransaktionen transparent? Gibt es ein länderspezifisches Reporting?

Nein

Welche Maßnahmen wurden im Unternehmen ergriffen, um diese Risiken zu bekämpfen

Durch die Auswahl der GeschäftspartnerInnen

E2.4 Negativaspekt: mangelnde  
Korruptionsprävention  
O P

HMP hantiert nicht mit großen Werten und bezahlt keine leistungsabhängigen Prämien. Die Einkäufe verantwortet der Geschäftsführer, der unentgeltlich für HMP tätig ist und ein ausreichendes Einkommen aus Vermögen bezieht.

Die kommerziellen Aufträge für HMP kommen von mittelständischen Unternehmen, Forschungseinrichtungen und sind oft mit einer Kooperationsleistung von HMP verbunden. Die Mitarbeitenden sind ethisch und gesellschaftspolitisch motiviert und tragen das Engagement von HMP für eine werte-orientierte Wirtschaft voll mit. Persönliche Vorteilsnahme kann aufgrund der ethischen Haltung aller Mitarbeitenden ausgeschlossen werden.

Der Geschäftsführer von HMP wirkt mit bei UnternehmensGrün und spricht in dieser Rolle mit VertreterInnen von politischen Parteien. Diese Lobbyaktivitäten sind transparent und nicht auf Vorteilsnahme für HMP gerichtet, sondern auf die Schaffung von günstigen gesetzlichen Rahmenbedingungen für öko-faire Wirtschaftsmodelle insgesamt.  
<http://www.unternehmensgruen.org/>

Verpflichtende Indikatoren

Erfolgt eine Offenlegung von Parteispenden?

Keine Spenden

Erfolgt eine Offenlegung aller Lobbyingaktivitäten Eintrag ins Lobbyingregister und Lobbyingaufwendungen?

HMP betreibt kein eigenes Lobbying. Der Interessensverband UnternehmensGrün veröffentlicht seine Positionspapiere und Teilnahme an Öffentlichen Anhörungen. Ein Lobbyregister über geführte Gespräche oder Lobbyaufwendungen ist nicht veröffentlicht.

<https://www.unternehmensgruen.org/politik-aktivitaeten/gemeinsam-mehr-veraendern/>

<https://www.unternehmensgruen.org/politik-aktivitaeten/positionen/>

Werden Mitarbeitende aufgefordert, Korruption anzuzeigen und wird ihnen entsprechender Schutz Anonymität zuteil?

Das Korruptionsrisiko bei MitarbeiterInnen ist aufgrund deren eingeschränkter Verfügungsmöglichkeiten nicht gegeben. Daher ist auch kein Schutzmechanismus vorgesehen.

Gibt es eine Zweckbindung und Kontrolle des Budgets für soziale und gesellschaftliche Zwecke siehe Positiv-Aspekt: Wirksame Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens ?

Es gibt den Rahmen der Gemeinnützigkeit und des satzungsgemäßen Handelns, was durch einen jährlichen Tätigkeitsbericht an das Finanzamt nachzuweisen ist.

## E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

E3.1 Absolute Auswirkungen /  
Management und Strategie

1 P

HMP ist ein Dienstleistungsbetrieb. Die negativen Auswirkungen auf die Umwelt bestehen hauptsächlich auf der Inputseite der Ressourcen im ökologischen Fußabdruck der mitarbeitenden Personen. Alle arbeiten im Home Office und versorgen ihre Betriebsstätten mit Strom und Heizung und Nebenkosten. Aufgrund des ökologischen Engagements tut jede/r das Höchstmögliche um den Fußabdruck zu reduzieren.

Auf der Outputseite entstehen die Emissionen durch den Betrieb der Webseite, sie wird klimaneutral gehostet. Für dienstliche Fahrten und Reisen werden Fahrrad, ÖPNV und Bahn genutzt. Im Berichtszeitraum sind keine Dienstreisen mit dem Flugzeug unternommen worden.

Klimawirksame Emissionen der betrieblichen Herstellungsprozesse werden auf 30 t CO<sub>2</sub> geschätzt, entsprechend dem Durchschnittsverbrauch von drei Personen in Deutschland. Die Fernreisen Bahn haben mit knapp 8 t CO<sub>2</sub> bei insgesamt 18.000 Personen-km einen großen Anteil daran. Die CO<sub>2</sub>-Emissionen werden mit einem Offset von 30 t Emissionsrechten bei der Atmosfair GmbH zum größten Teil kompensiert 690 Euro .

Ein Teil der Dienstleistungen finden in den Räumlichkeiten der Kunden statt und HMP hat keine weitere Einwirkung auf den diesbezüglichen Fußabdruck.

## Verpflichtende Indikatoren

Entsprechend dem Tätigkeitsfeld des Unternehmens sind relevante Umweltkonten zu berichten:

Umweltkonto | gemessen in

Ausstoß klimawirksamer Gase | kg

Ca. 30 T Co<sub>2</sub>

Transporte und dessen CO<sub>2</sub>-Äquivalent | km bzw. kg

Dienstreisen mit der Bahn bzw S-Bahn werden geschätzt auf insgesamt ca 18.000 Personen-km jährlich, das entspricht ca 7740 kg CO<sub>2</sub> in den 30 t enthalten

Berechnungsgrundlage: 43g CO<sub>2</sub>/Personenkm Bahn, Quelle

Umweltbundesamt, zitiert in:

<https://www.zeit.de/mobilitaet/2016-06/oekobilanz-pendeln-fernverkehr-bahn-fernbus-auto>

**Benzinverbrauch und dessen CO<sub>2</sub>-Äquivalent | Liter bzw. kg**  
0

**Stromverbrauch und dessen CO<sub>2</sub>-Äquivalent | kWh bzw. kg**  
3 Laptop je ca 44 kWh bzw. 15 kg CO<sub>2</sub> pro Jahr – in den 30 t enthalten  
Eigener Server betrieben über den Hostingservice All-inkl.com mit 100%  
Ökostrom <https://all-inkl.com/info/umweltschutz/> - in den 30 t enthalten

**Gasverbrauch und dessen CO<sub>2</sub>-Äquivalent | kWh bzw. kg**  
Nicht relevant

**Heizenergie in Bezug auf die jeweilige Durchschnittstemperatur | kWh/°C**  
Büro Matterhornstrasse  
Temperatur in der Heizperiode: 19 Grad

Home Office 1: 21Grad 12 qm

**Verbrauch von Trink- und Regenwasser | m<sup>3</sup>**  
Nicht relevant

**Chemikalienverbrauch giftig, ungiftig | kg**  
Nicht relevant

**Papierverbrauch | kg**  
Sehr wenig, ca 1 kg im Jahr

**Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien | kg**  
Nicht relevant

**Kunstlichereinsatz | Lumen, kWh**  
Nicht relevant

**Schadstoffemissionen und sonstige Umweltwirkungen | entsprechend der jeweiligen Standardwirkungskategorie**  
Nicht relevant

### E3.2 Relative Auswirkungen

0 P

Durch die Arbeitsorganisation im home office und den Verzicht auf Flugreisen sind die ökologischen Auswirkungen der Herstellprozesse von HMP im Berichtszeitraum vermutlich unter dem Branchenstandard und auch unter denen von Mitunternehmern im selben Geschäftsfeld in der Region. Darüber hinaus leistet hmp Kompensationszahlungen Atmosfair .

**Verpflichtender Indikator**

Relevante Vergleichswerte bezüglich Umweltkonten oder Wirkungskenngrößen

Es sind keine Branchenwerte bekannt.

E3.3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen  
O P

Welche Betriebsgenehmigungen und zugehörige Betreiberauflagen gibt es und sind die Auflagen eingehalten?

Keine Auflagen

Wie wird die Einhaltung der relevanten Gesetze und Verordnungen überwacht? Werden diese eingehalten oder sind Rechtsverstöße bekannt?

Nicht relevant

Welche Beschwerden bzw. Kontroversen mit Anrainer\*innen bzgl. ökologischer Belastungen liegen vor?

Keine

Welche Kontroversen mit anderen Stakeholdern zivilgesellschaftliche Initiativen, NGOS etc. gibt es? Wie ist der technische oder gesetzliche Standard vor Ort in Bezug auf andere Standorte des Unternehmens zu bewerten?

Keine

## E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

### E4.1 Transparenz

6 P

Die öffentliche Rechenschaft und Transparenz der Unternehmensaktivitäten ist eine Grundüberzeugung von HMP. Deshalb erstellen wir drei Berichte, die alle im Website veröffentlicht bzw. verlinkt sind.

- 1 Zu einen der Bericht „Communication of Progress CoP“ für die Mitgliedschaft im Deutschen Global Compact Network. Dieser ist im Global Compact Website veröffentlicht:
- 2 Der DNK Bericht entspricht den Anforderungen der CSR Richtlinie des deutschen Gesetzgebers. Eine Entsprechenserklärung für den DNK ermöglicht den Vergleich zwischen den Berichtswerken, zB mit dem vorliegenden GWÖ-Bericht. Sie ist im Website des DNK veröffentlicht.
- 3 Der vorliegende Gemeinwohl-Bericht ist nach der umfangreichsten und aussagefähigsten der möglichen Berichtsformen. Der GWÖ Bericht ist auditiert und in der Webseite veröffentlicht. In der Kommunikation mit Unternehmen und Bürgern wird auf den GWÖ Bericht verwiesen.

#### Verpflichtender Indikator

#### Veröffentlichung eines Gemeinwohl-Berichts oder gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung

1

GWÖ-Bericht 2015 auf [www.hm-practices.org](http://www.hm-practices.org) und auf [www.ecogood.org](http://www.ecogood.org)

2

*CoP: <https://www.unglobalcompact.org/participation/report/cop/create-and-submit/detail/400611>*

3

*DNK: <https://datenbank2.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/Profile/CompanyProfile/13380/de/2017/dnk>*

### E4.2 Gesellschaftliche Mitbestimmung

5 P

Die wesentlichen Projekte, die Forschungsarbeiten sowie die Konferenz für Unternehmen der GWÖ, sind publiziert. Diese Projekte sind deshalb als wesentlich zu betrachten, weil sie mehr als 90% der Arbeitszeit in Anspruch genommen haben. Hinzu kommen publizierte GWÖ-Bilanzen als Ergebnis von Beratungen.

Interessierte Personen haben im Website eine Kontaktaufnahme-Funktion. HMP ist zugänglich für und interessiert an Diskussionen über die Ausrichtung des Geschäfts. Zu einzelnen Veröffentlichungen gibt es die Möglichkeit Kommentare zu schreiben. Diese Möglichkeit wird bisher von der Öffentlichkeit bisher allerdings nicht wahrgenommen.

Seite 66 von 68

Diskussionen finden tatsächlich statt mit ähnlich motivierten KollegInnen und UnternehmensvertreterInnen. Diese Diskussionen werden nicht dokumentiert, fließen als Verbesserungen jedoch in die Geschäftspraxis ein.

Für die Anerkennung der Gemeinnützigkeit ist jährlich ein Tätigkeitsbericht zu erstellen, der nachweist, inwieweit die Aktivitäten der Satzung der gGmbH entsprechen. Dieser Bericht ist nicht öffentlich, die Informationen geben aber in die oben erwähnten Berichte ein.

#### Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen in % der relevanten Entscheidungen, je nach Mitbestimmungsgrad

Keine 0%

Ist eine institutionalisierte Infrastruktur des Dialogs z.B. Ethikforum, Ethikkomitee vorhanden:

Nein

E4.3 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation  
0 P

Welche Informationen über das Unternehmen entsprechen nicht der unternehmensinternen Realität? Wo gibt es wesentliche Differenzen und wieso?

Es gibt keine wesentlichen Differenzen.

Inwiefern wird durch das Unternehmen die öffentliche Meinung direkt oder indirekt durch Fehlinformationen beeinflusst?

Fehlinformationen werden durch HMP nicht gestreut.

Worin widersprechen die Veröffentlichungen des Unternehmens dem wissenschaftlich gesicherten Forschungsstand oder der allgemeinen Erklärung der Menschenrechte?

Kein solcher Widerspruch in den Veröffentlichungen des Unternehmens.



Information zur Erarbeitung des Berichts

Gerd Hofielen, Geschäftsführer

Lena Petri, Praktikantin

Kerstin Meyer, GWÖ-Referentin

Insgesamt wurden ca. 125 Stunden aufgewendet.

Der Bericht wurde in einer ersten Version von Gerd Hofielen erstellt und von Lena Petri und Kerstin Meyer ergänzt. Nach inem Zwischen-Audit-Bericht des Auditors Arch. Dr. Bernhard Oberrauch wurde der vorliegende Bericht von Kerstin Meyer inhaltlich und formal gründlich überarbeitet.