

# **GEMEINWOHL-BERICHT**

## **Humanistic Management Practices gGmbH 2018/2019**



## Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Informationen zum Unternehmen.....	2
Kurzpräsentation des Unternehmens.....	4
Übersicht von Selbstbewertung (Ethische Sorgfalt) und externem Audit.....	5
Testat.....	8
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette.....	9
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette.....	11
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette.....	12
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette.....	13
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln.....	14
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln.....	15
B3 Sozial-ökologische Investitionen.....	16
und Mittelverwendung.....	16
B4 Eigentum und Mitentscheidung.....	18
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz.....	19
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge.....	21
C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden.....	22
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz.....	23
D1 Ethische KundInnenbeziehung.....	25
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen.....	27
D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung.....	28
von Produkten und Dienstleistungen.....	28
D4 KundInnenmitwirkung und Proudkttransparenz.....	30
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen.....	32
E2 Beitrag zum Gemeinwesen.....	33
E3 Absolute Reduktion ökologischer Auswirkungen.....	35
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung.....	39
Ausblick.....	40
Kurzfristige Ziele.....	40
Langfristige Ziele.....	40
EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Eu COM 2013/207).....	40
Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz.....	41
SDG-Annex.....	42

## Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname: Humanistic Management Practices // HMP

Rechtsform: gGmbH

Eigentums- und Rechtsform: Eigentümer zu 100 % Gerd Hofielen

Website: [www.hm-practices.org](http://www.hm-practices.org)

Branche: Ethische Unternehmensberatung, Nachhaltigkeits-Analysen und wissenschaftliche Forschung

Firmensitz: Berlin

Gesamtanzahl der Mitarbeitenden: 5, inkl. Praktikantin bzw. Werksstudentin

Vollzeitäquivalente: 2018: 3,43 / 2019: 2,51

Saison- oder Zeitarbeitende: keine

Umsatz:

- Gesamt 2018: 117.570 (inkl. Stiftungsmittel)
  - Umsatzerlöse: 20.324 €
  - Stiftungsmittel: 97.246 €
  
- Gesamt 2019: 114.588 € (inkl. Stiftungsmittel)
  - Umsatzerlöse: 20.529 €
  - Stftungsmittel: 94.059 €

Jahresüberschuss: 2018: 31.532 € /2019: 13.533 €

Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen: keine

Berichtszeitraum: Kalenderjahre 2018/2019

Datum: 01.11.21

## 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.

**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/>

**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.

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

## Übersicht von Selbstbewertung (Ethische Sorgfalt)<sup>1</sup> und externem Audit

		<b>Selbstein-schätzung (ungewichtet)</b>	<b>Externes Audit (ungewichtet)</b>
<b>Gesamtergebnis</b>		<b>91 (200 )</b>	<b>62 (200)</b>
<b>Lieferant*innen</b>		<b>11 (40)</b>	<b>0 (40)</b>
Menschenwürde		1 (10)	0 (10)
A1	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	1 (10)	0 (10)
Solidarität und Gerechtigkeit		4 (10)	0 (10)
A2	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	4 (10)	0 (10)
Ökologische Nachhaltigkeit		3 (10)	0 (10)
A3	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	3 (10)	0 (10)
Transparenz und Mitentscheidung		3 (10)	0 (10)
A4	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	3 (10)	0 (10)
<b>Eigentümer*innen und Finanz-Partner*innen</b>		<b>17 (40)</b>	<b>13 (40)</b>
Menschenwürde		6 (10)	5 (10)
B1	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	6 (10)	5 (10)
Solidarität und Gerechtigkeit		6 (10)	6 (10)
B2	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	6 (10)	6 (10)
Ökologische Nachhaltigkeit		5 (10)	2 (10)
B3	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	5 (10)	2 (10)
Transparenz und Mitentscheidung		0 (10)	0 (10)
B4	B4 Eigentum und Mitentscheidung	0 (10)	0 (10)
<b>Mitarbeitende</b>		<b>22 (40)</b>	<b>16 (40)</b>
Menschenwürde		2 (10)	1 (10)
C1	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	2 (10)	1 (10)

<sup>1</sup> Im Testat der Gemeinwohl-Ökonomie auf S. 8 wird die Punktezahl durch den Gemeinwohl-Rechner gewichtet. Damit wird erreicht, dass zusätzlich zur ethischen Sorgfalt auch der tatsächliche Impact der Wirtschaftspraktiken erfasst wird. Die nähere Erläuterung des Gemeinwohl-Rechners findet sich unter: [https://web.ecogood.org/media/filer\\_public/99/2e/992e50d7-b1f4-4e9e-aec1-97f0fdce8537/rechner\\_und\\_gewichtung.pdf](https://web.ecogood.org/media/filer_public/99/2e/992e50d7-b1f4-4e9e-aec1-97f0fdce8537/rechner_und_gewichtung.pdf)

		<b>Selbstein-schätzung (ungewichtet)</b>	<b>Externes Audit (ungewichtet)</b>
Solidarität und Gerechtigkeit		7 (10)	7 (10)
C2	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	7 (10)	7 (10)
Ökologische Nachhaltigkeit		8 (10)	5 (10)
C3	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	8 (10)	5 (10)
Transparenz und Mitentscheidung		5 (10)	3 (10)
C4	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	5 (10)	3 (10)
<b>Kund*innen und Mitunternehmen</b>		<b>19 (40)</b>	<b>18 (40)</b>
Menschenwürde		7 (10)	7 (10)
D1	D1 Ethische KundInnenbeziehung	7 (10)	7 (10)
Solidarität und Gerechtigkeit		6 (10)	6 (10)
D2	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	6 (10)	6 (10)
Ökologische Nachhaltigkeit		3 (10)	2 (10)
D3	D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	3 (10)	2 (10)
Transparenz und Mitentscheidung		3 (10)	3 (10)
D4	D4 KundInnenmitwirkung und Produkttransparenz	3 (10)	3 (10)
<b>Gesellschaftliches Umfeld</b>		<b>22 (40)</b>	<b>15 (40)</b>
Menschenwürde		7 (10)	6 (10)
E1	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	7 (10)	6 (10)
Solidarität und Gerechtigkeit		3 (10)	3 (10)
E2	E2 Beitrag zum Gemeinwesen	3 (10)	3 (10)
Ökologische Nachhaltigkeit		3 (10)	1 (10)

		<b>Selbstein-schätzung (ungewichtet)</b>	<b>Externes Audit (ungewichtet)</b>
E3	E3 Absolute Reduktion ökologischer Auswirkungen	1 (10)	1 (10)
Transparenz und Mitentscheidung		6 (10)	5 (10)
E4	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	6 (10)	5 (10)

# Testat



<b>Testat:</b>	<b>Externes Audit</b>	<b>Gemeinwohl-Bilanz</b>	<b>Humanistic Management Practices gGmbH</b>
----------------	-----------------------	--------------------------	--

**M5.0  
Kompaktbilanz**

**2018-2019**

Auditor\*In:  
**Bernhard Oberrauch**

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
<b>Berührungsgruppe</b>				
<b>A: LIEFERANT*INNEN</b>	<b>A1</b> Menschenwürde in der Lieferkette:  0 %	<b>A2</b> Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette:  0 %	<b>A3</b> Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette:  0 %	<b>A4</b> Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette:  0 %
<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:  60 %	<b>B3</b> Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung:  20 %	<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:  50 %	<b>C4</b> Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz:  30 %
<b>D: KUND*INNEN &amp; MITUNTERNEHMEN</b>	<b>D1</b> Ethische Kund*innenbeziehungen:  70 %	<b>D2</b> Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen:  60 %	<b>D3</b> Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen:  20 %	<b>D4</b> Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz:  30 %
<b>E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD</b>	<b>E1</b> Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen:  60 %	<b>E2</b> Beitrag zum Gemeinwesen:  30 %	<b>E3</b> Reduktion ökologischer Auswirkungen:  10 %	<b>E4</b> Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung:  50 %

Testat gültig bis:  
**30.09.2023**

**BILANZSUMME:  
311**

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0.

TestatID: **e9w8v**

Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf [www.ecogood.org](http://www.ecogood.org)

## A1 Menschenwürde in der Zulieferkette



Selbsteinschätzung: 1 (Erste Schritte) // Externe Bewertung: 0 (Basislinie)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Es wurden keine weiteren Geräte oder Software beschafft.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Weiterhin auf den Neukauf von elektronischen Geräten verzichten und Nutzungsdauer ausschöpfen bzw. durch Reparatur verlängern.
- An alle Lieferant\*innen, zu denen eine persönliche und längere Geschäftsbeziehung besteht, Lieferant\*innen-Befragungen und GWÖ-Schnelltest verschicken.
- Perspektivisch: Klare soziale Beschaffungsrichtlinien erarbeiten

Anteil Beratung / Coaching / Fortbildung an Einkaufsvolumen gesamt	46 %
Anteil Büromaterial an Einkaufsvolumen gesamt	0 %
Anteil Handelswaren an Einkaufsvolumen gesamt	0 %
Anteil Im Berichtszeitraum angeschafftes Anlagevermögen (Maschinen etc.) an Einkaufsvolumen gesamt	0 %
Anteil Papier an Einkaufsvolumen gesamt	0 %
Anteil (Roh-)Material und Halbfertigprodukte an Einkaufsvolumen gesamt	0 %
Anteil Software an Einkaufsvolumen gesamt	0 %
Anteil Sonstige Fremdleistungen an Einkaufsvolumen gesamt	49 %
Anteil Sonstige Geringwertige Wirtschaftsgüter (GWG) an Einkaufsvolumen gesamt	0 %
Anteil Sonstiges an Einkaufsvolumen gesamt	0 %
Anteil Technische Kleingeräte (Handy, Computer, Drucker, etc.) an Einkaufsvolumen gesamt	0 %
Anteil Telefon/Internet an Einkaufsvolumen gesamt	0 %
Anteil Treibstoffkosten an Einkaufsvolumen gesamt	0 %

Anteil Zugekaufte Druckleistung an Einkaufsvolumen gesamt	1 %
Anteil Zugekaufte Marketing / Werbeleistungen an Einkaufsvolumen gesamt	0 %
Anteil Zugekaufte Strom an Einkaufsvolumen gesamt	1 %
Anteil Zugekaufte Wasser an Einkaufsvolumen gesamt	0 %
Anteil Zugekaufte Transportleistungen an Einkaufsvolumen gesamt	0 %
Anteil Zugekaufte Wärme an Einkaufsvolumen gesamt	3 %
Einkaufsvolumen gesamt 18/19	36.214,83 €
Anteil unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellte Produkte und Dienstleistungen an Einkaufsvolumen gesamt	89 %

## **GWÖ Berichts-Fragen**

### **Nach welchen Kriterien werden Lieferant/innen ausgewählt?**

Lieferant\*innen werden bei HMP oft auf Basis bereits bestehender Geschäftsbeziehungen oder persönlicher Beziehungen ausgewählt. Gleichzeitig wird dabei darauf geachtet, dass diese möglichst lokal bzw. regional tätig sind und eine gemeinwohlorientierte Ausrichtung pflegen, also z.B. eine Gemeinwohl-Bilanz erstellt haben oder dies anstreben.

Gleichwohl gibt es Produkte wie z.B. Computer, Laptops oder Smartphones, die bisher nicht nachhaltig produziert werden können. Hier bezieht HMP möglichst gebrauchte Produkte oder lässt die bereits bestehenden Geräte möglichst reparieren, sodass die Nutzungsdauer verlängert wird.

### **Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette evaluiert?**

Gibt es keine persönliche Beziehung bzw. keine bereits bestehende Geschäftsbeziehung zu Lieferant\*innen, werden soziale Risiken vor allem auf Basis öffentlich einsehbarer Informationen evaluiert (z.B. Berichte oder öffentliche Auskünfte der Unternehmen).

### **Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?**

Einzelne Lieferant\*innen erstellen Gemeinwohl-Bilanzen, die extern auditiert werden (siehe Übersicht Lieferant\*innen).

### **Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Menschenwürde in der Zulieferkette bei den wesentlichen LieferantInnen nicht verletzt wird? Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz (Indikator A.1.2 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette) zu berichten**

Bei den wesentlichen Lieferant\*innen wird die Menschenwürde in der Zuliefererkette nicht verletzt.

## A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette



Selbsteinschätzung: 4 (Erfahren) // Externe Bewertung: 0 (Basislinie)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Die meisten Dokumente werden in Open Office oder Libre Office Versionen erstellt, nur beim Verkehr mit Dritten wird Microsoft benutzt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Einmal pro Jahr schriftliches oder persönliches Feedback an die Haupt-Lieferant\*innen richten
- Perspektivisch sofern Performance nicht oder nur gering behindert wird keine Lieferant\*innen-Beziehungen mehr eingehen, bei denen Risiken hinsichtlich Solidarität und Gerechtigkeit vorhanden sind oder nicht ausgeschlossen werden können (z.B. Apple)

Anteil Eingeaufte Produkte und Dienstleistungen mit Label Solidarität und Gerechtigkeit an Einkaufsvolumen gesamt	0 %
Anteil Lieferant/innen mit denen fairer und sozialer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde	73 %

### GWÖ Berichts-Fragen

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

Die Grundlage für den Einkauf von Beratungsleistungen sind faire und solidarische Geschäftsbeziehungen. Die Lieferant\*innen kommen hauptsächlich aus Deutschland, die entsprechenden Preise orientieren sich am Marktniveau und vermeiden prekäre Bedingungen bzw. werden durch die Überlegung ergänzt, ob mit dem entsprechenden Preisniveau eine selbstständige, nicht-prekäre Existenz möglich ist.

Beim Einkauf von weiteren Sachleistungen wird auf höherwertige Produkte und Dienstleistungen geachtet. Bei Lebensmitteln, Reinigungsmitteln, Berufskleidung und Reisen ist dies möglich. Ein Aufbau von persönlichen Beziehungen zu Lieferant\*innen in diesen Bereichen ist aufgrund der geringen Abnahmemengen kaum möglich.

Beim Einkauf weiterer Dienstleistungen, nehmen wir positiven Einfluss auf die Aspekte Fairness und Solidarität, indem wir diese vor allem von Menschen und Organisationen beziehen, die selbst für eine sozial-ökologische Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft arbeiten.

Wesentliche Geschäftsbeziehungen wie z.B. Beratungsleistungen sind grundsätzlich langjährig

angelegt, sodass es persönliche Geschäftsbeziehungen zu Berater\*innen gibt, die bis Unternehmensgründung von HMP zurück gehen.

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

Da die Zusammenarbeit mit Lieferant\*innen auf den Grundsätzen von Fairness und Solidarität aufbaut, werden die Geschäftsbeziehungen mit Lieferant\*innen aktuell nicht darüber hinaus auf Fairness und Solidarität geprüft. Vielmehr messen wir die Zufriedenheit der Lieferant\*innen in diesem Kontext anhand der Anzahl der Beschwerden. Diese lagen im Berichtszeitraum bei Null.

**Kann das Unternehmen bestätigen, dass Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette nicht verletzt werden sowie die Marktmacht bei den wesentlichen LieferantInnen nicht ausgenutzt wird? Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz (Indikator A2.3 Negativaspekt Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant\*innen) zu berichten**

HMP besitzt keine Marktmacht gegenüber Lieferant\*innen. Alle persönlichen Beziehungen zu Lieferant\*innen finden auf Augenhöhe statt und bestehen über mehrere Jahre. Bisher gab es keine Beschwerden.

**A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette**



Selbsteinschätzung: 3 (Fortgeschritten) // Externe Bewertung: 0 (Basislinie)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Es wurden weder Geräte angeschafft noch wurden welche repariert

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Weiterhin kein Neukauf von elektronischen Geräten, im Bedarfsfall reparieren.
- Falls Nutzungsdauer ausgeschöpft, auf den Kauf von gebrauchten Geräten zurückgreifen.
- Perspektivisch auf den Umstieg auf erneuerbare Energien auch bei der Heizung des Büros hinarbeiten.

Eingekaufte Produkte und Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind	52%
--	-----

**GWÖ Berichts-Fragen**

**Nach welchen Kriterien werden zugekaufte Rohwaren, Produkte, Dienstleistungen ausgewählt?**

HMP achtet beim Einkauf von Produkten darauf, die ökologisch möglichst hochwertigsten Alternativen zu beziehen. Bei Geschäftsessen wird z.B. Wert auf Bio-Kost (vegetarisch bzw. vegan) gelegt. Bei Elektronikgeräten wird zunächst überlegt, ob ein Neukauf notwendig ist, bzw. deren Nutzungsdauer

nicht weiter ausgeschöpft oder verlängert werden kann. Sollte ein Neukauf nötig sein, werden gebrauchte Geräte eingekauft.

**Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?**

Die ökologischen Auswirkungen des Geschäftsmodells der Lieferant\*innen wird durch Sichtung der öffentlich zugänglichen Informationen, (wie z.B. Nachhaltigkeitsberichte) eingeschätzt. Produkte mit öko-fairen Labels werden bevorzugt.

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

Die Haltung und die ökologischen Auswirkungen des Geschäftsmodells der Lieferant\*innen werden durch Sichtung der öffentlich zugänglichen Informationen (wie z.B. Nachhaltigkeitsberichte) eingeschätzt.

**Welche Unterschiede gibt es zum Wettbewerb hinsichtlich ökologischem Einkauf?**

Sind ökologischere Alternativen vorhanden bzw. möglich, werden diese bevorzugt, auch wenn dafür höhere Angebotspreise in Kauf genommen werden müssen.

**Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Produkte / Dienstleistungen zugekauft werden, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen? Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz (Indikator A3.2 Negativaspekt unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette) zu berichten**

Die Heizung des Büros wird nach wie vor mit Gas betrieben. Eine Umstellung auf Bio-Gas ist mit hohen Kosten verbunden und bedarf der Zustimmung der Eigentümer\*innen-Gemeinschaft. Mit Polarstern und Naturstrom sind aussichtsreiche Lieferanten im Gespräch. Die Entscheidung fällt Mitte 2021.

→ Vgl. Pressemitteilung GASAG (2017)

[https://unternehmen.gasag.de/presse/presseinformationen/20170314-pm-gasag-klimaschutzziel-co2-minderung#:~:text=Erfolgreiche%20Klimaschutzvereinbarung:%20GASAG%20peilt%202%20Millionen%20Tonnen%20CO2-Minderung,Land%20Berlin%20und%20die%20GASAG%20eine%20erste%20oder%20Senat%20für%20Umwelt,Verkehr%20und%20Klimaschutz%20\(2020\):https://www.berlin.de/sen/uvk/klimaschutz/klimaschutz-in-der-umsetzung/vorbildrolle-oeffentliche-hand/klimaschutzvereinbarungen/](https://unternehmen.gasag.de/presse/presseinformationen/20170314-pm-gasag-klimaschutzziel-co2-minderung#:~:text=Erfolgreiche%20Klimaschutzvereinbarung:%20GASAG%20peilt%202%20Millionen%20Tonnen%20CO2-Minderung,Land%20Berlin%20und%20die%20GASAG%20eine%20erste%20oder%20Senat%20für%20Umwelt,Verkehr%20und%20Klimaschutz%20(2020):https://www.berlin.de/sen/uvk/klimaschutz/klimaschutz-in-der-umsetzung/vorbildrolle-oeffentliche-hand/klimaschutzvereinbarungen/)

**A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette**



Einstufung: 3 (Fortgeschritten) // Externe Bewertung: 0 (Basislinie)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Die Haupt-Lieferant\*innen schriftlich zu Erstellung einer Gemeinwohl-Bilanz "ermutigen"

Anteil Eingeaufte Produkte und Dienstleistungen mit Label Transparenz und Gerechtigkeit an Einkaufsvolumen gesamt	20 %
Anteil Lieferant/innen mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde	68 %
Anteil neue Lieferanten, die aufgrund eines	0 %

transparenten und partizipativen Umgangs mit anderen Unternehmen ausgewählt wurden	
--	--

## GWÖ Berichts-Fragen

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

Beim Einkauf von Unternehmens-Beratungsleistungen wird inhaltlich und vertraglich einvernehmlich und auf Augenhöhe kooperiert. Vor Vertragsabschluss werden Preise, die HMP anderen Lieferant\*innen zahlt, transparent gemacht. Feedbackgespräche nach Auftragserledigung unterstützen die Gestaltung künftiger Beratungen. Die KollegInnen sind zufrieden, das wird durch die lang dauernde Beziehung bestätigt. HMP macht in einer Gruppe von GWÖ Berater\*innen die Aktivitäten im Bereich der GWÖ-Beratung transparent und lädt die Kolleg\*innen, wenn möglich, zur Mitarbeit ein.

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

Missstände, z.B. in der Kommunikation von Mitunternehmen im GWÖ-Beratungs-Kontext, benennt HMP in der o.g. Arbeitsgruppe.

## B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln



Einstufung: 6 (Erfahren) // Externe Bewertung: 5 (Erfahren)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele:-

Finanzierung - Crowd-Funding	0 €
Anteil Finanzierung - Crowd-Funding	0 %
Finanzierung - Darlehen von Berührungsgruppen	0 €
Anteil Finanzierung - Darlehen von Berührungsgruppen	0 %
Finanzierung - Konventioneller Fremdwährungskredit	0 €
Anteil Finanzierung - Konventioneller Fremdwährungskredit	0 %
Anteil Finanzierung - Konventioneller Inlandskredit	0 %
Finanzierung - Konventioneller Inlandskredit	0 €
Finanzierung - Kredit bei Ethikbank	0 €
Anteil Finanzierung - Kredit bei Ethikbank	0 %
Eigenkapital	2018: 84.362 € / 2019:100.151 €
Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche	Nicht bekannt
Finanzierung gesamt	0,00 €

## GWÖ Berichts-Fragen

### Wie sind die FinanzpartnerInnen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten?

Die gesamten liquiden Mittel von HMP befinden sich seit Firmengründung bei der GLS-Bank. Die ethisch-nachhaltige Ausrichtung der GLS-Bank ist aus unserer Sicht als hoch zu bewerten. Die GLS-Bank ist eine Ethik-Bank, die ihre Geschäftstätigkeit auf die Bedürfnisse von Mensch und Natur ausrichtet.

### Welche Form und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/oder über Ethikbanken können umgesetzt werden bzw. sind relevant?

HMP erhält Mittel von der Humanistic Business Foundation, die von der GLS Treuhand verwaltet werden. Die Humanistic Business Foundation ist eine Stiftung, die aus Privatmitteln errichtet wurde, um Wirtschaftskonzepte zu fördern, die sich an humanistischen Zielen orientieren. 2018 erhielt HMP Zuwendungen in Höhe von 96.800 EUR, 2019 90.000 EUR. Diese Mittel sind Schenkungen.

### Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken konkret verringert werden?

Es gibt keine Fremdfinanzierung und keine konventionellen Kredite.

### Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmittel wurden in Betracht gezogen?

HMP wird dauerhaft von der Humanistic Business Foundation gefördert. Die Eigen-Einnahmen sind eine willkommene Unterstützung der Selbstfinanzierung. Andere Erwägungen sind nicht erforderlich.

## B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln



Einstufung: 6 (Erfahren) // Externe Bewertung: 6 (Erfahren)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele:-

Mittelüberschuss	2018: 31.532 € / 2019: 13.533 €
Gesamtbedarf Zukunftsausgaben	0,00 €
Getätigte strategische Ausgaben gesamt	0 €
Anlagenzugänge	0 €
Zuführung zur Rücklage	2018: 31.532 € / 2019: 13.533 €
Ausgeschüttete Kapitalerträge	0 €
Anteil ausgeschüttete Kapitalerträge an eingebrachten Kapital	0 %

## GWÖ Berichts-Fragen

### Welche notwendigen Zukunftsausgaben konnten ermittelt werden und wie weit sind ihre Deckung und zusätzliche Risikovorsorge möglich?

Zukunftsaufwendungen	Tatsächlicher Aufwand 18/19	Kommentar
Verbesserung von Produkten	160 Stunden nicht bezahlt,	

und Dienstleistungen	Geschäftsführer	
Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen	640 Stunden nicht bezahlt, Geschäftsführer	
Bindung von Kund*innen	20 Stunden nicht bezahlt, Geschäftsführer	
Gewinnung neuer Kund*innen	80 Stunden nicht bezahlt, Geschäftsführer	Referent*innen-Tätigkeit
Erschließung neuer Märkte	Nicht angestrebt	
Einrichtung eines Online-Vertriebs	Nicht angestrebt	
Personal Aus- und Weiterbildung	40 Stunden, Mitarbeiter*innen	
Organisationsentwicklung	200 Stunden,	GWÖ-Bericht, CoP, Global Compact, DNK
Digitalisierung von Geschäftsprozessen	Keine	
Technologiebeherrschung	Fehlt zum Teil, vor allem bei GF; wird durch Experten gewährleistet	
Instandhaltung von Anlagen	Keine	
Erneuerungsinvestitionen	Keine	
Erweiterungsinvestitionen	keine	

**Welche Ansprüche stellen die EigentümerInnen an ihre Kapitalerträge mit welcher Begründung?**

Der Eigentümer von HMP stellt keine Ansprüche an Kapitalerträge.

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

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten (Indikator B2.2 Negativaspekt unfaire Verteilung von Geldmitteln).

Es gibt keine unfaire Verteilung von Geldmitteln.

**B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung**



Einstufung: 5 (Erfahren) // Externe Bewertung: 2 (Fortgeschritten)

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

- Es wurden keine Geräte angeschafft.

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- Kein Neukauf von Geräten und Technik, Nutzungsdauer über Reparatur verlängern oder im Bedarfsfall auf gebrauchte Geräte zurückgreifen
- Perspektivisch auf energetische Sanierung der Heizung des Büros hinarbeiten.

Ökologischer Sanierungsbedarf	0 €
Realisierte ökologische Sanierung	0 €
Anteil realisierte ökologische Sanierung	0 %
Veranlagungen in sozial-ökologische Projekte	0 €
Veranlagungen in sozial-ökologische Fonds	0 €
Anteil Veranlagungen in sozial-ökologische Projekte an Veranlagungen gesamt	0 %
Anteil Veranlagungen in sozial-ökologische Fonds an Veranlagungen gesamt	0 %

**GWÖ Berichts-Fragen****Welche Sanierungsziele an/in der eigenen Anlage haben ökologisches Verbesserungspotenzial?**

Die Heizung des Büros wird mit fossiler Energie betrieben.

Neben Laptops und Smartphones existiert kein Anlagevermögen.

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

Ein Ausstieg aus fossilen Energien würde einen Lieferant\*innen-Wechsel erfordern.

Bei der Verwendung von Geräten wie Laptops und Smartphones sind keine Neuanschaffungen geplant.

**Welche Sanierungen wurden/werden konkret vorgenommenen?**

Im Berichtszeitraum wurden keine Sanierungen vorgenommen.

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

Überhaupt nicht.

**Kann das Unternehmen bestätigen, dass das Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut oder dass zumindest eine mittelfristige Ausstiegsstrategie verfolgt wird. Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten (Indikator B3.3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen).**

Das Geschäftsmodell von HMP baut nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen auf. Der Ausstieg aus fossiler Energie bei der Beheizung des Büros würde einen Lieferant\*innen-Wechsel und höhere Preise erfordern, dass muss in einer Eigentümerversammlung beschlossen werden. 1 Laptop und 1 Smartphone sind gebraucht gekauft.

## B4 Eigentum und Mitentscheidung



Einstufung: 0 (Basislinie) // Externe Bewertung: 0 (Basislinie)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:-

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

Verteilung des Eigenkapitals nach Berührungsgruppen - Kapitalanteil der Führungskräfte	100%
Verteilung des Eigenkapitals nach Berührungsgruppen - Kapitalanteil sonstige Berührungsgruppen	0 %
Verteilung des Eigenkapitals nach Berührungsgruppen - Kapitalanteil sonstiger Mitarbeitender	0 %
Verteilung des Eigenkapitals nach Berührungsgruppen - Kapitalanteil UnternehmerInnen	100 %
Verteilung des Eigenkapitals nach Berührungsgruppen - Kapitalanteil von KundInnen	0 %
Verteilung des Eigenkapitals nach Berührungsgruppen - Kapitalanteil von LieferantInnen	0 %
Verteilung des Eigenkapitals nach Berührungsgruppen - Kapitalanteil von nicht mittätige KapitalinvestorInnen	0 %

### GWÖ Berichts-Fragen

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

Der Alleineigentümer hält 100 % der Anteile der gGmbH.

**Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?**

Da der Alleineigentümer 100 % der Anteile der gGmbH hält wäre eine Eigentumsbeteiligung der Mitarbeiter möglich. Die Mitarbeiter\*innen haben auf Angebote nicht reagiert.

**Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle EigentümerInnen gesichert und wie werden neue Eigentümer auf diese Aufgaben vorbereitet?**

Eine Erweiterung der Eigentümer\*innenstruktur ist derzeit nicht vorgesehen, wurde im Berichtszeitraum nicht thematisiert, ist aber grundsätzlich nicht ausgeschlossen.

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

Im Berichtszeitraum 2013/2014 hatte HMP noch zwei Eigentümer (jeweils anteilig 50 %). Ab dem Berichtszeitraum 2015/2016 wurde Gerd Hofielen zum alleinigen Eigentümer.

**Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine feindlichen Übernahmen erfolgt sind? Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten (Indikator B4.2 Negativaspekt: feindliche Übernahme).**

Es hat keine feindliche Übernahme stattgefunden.

## C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz



**Einstufung:** 2 (Fortgeschritten) // **Externe Bewertung:** 1 (Erste Schritte)

### Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Betriebliche Leistungen im Bereich Gesundheit und Sport anbieten
- Teilnahme aller Mitarbeiter\*innen an Fortbildungen zum Thema "Diversität" (z.B. Critical Whiteness)
- Proaktive Reflexion möglicher Diskriminierungsformen in der Organisation (wie z.B. ob und welche Barrieren bei der Einstellung von marginalisierten Menschen bestehen können) und ggf. Abbau dieser durch entsprechende Maßnahmen#
- Gemeinsame Sport-Aktivitäten (Alle zwei Wochen)

### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Die Mitarbeiter\*innen nehmen die Leistungen des Gesundheitswesens in Anspruch, betriebliche Leistungen werden weder nachgefragt noch angeboten.

Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit	0,95 Jahre
Ausmaß der Weiterbildungsangebote pro Mitarbeiter	0, Mitarbeiter*innen suchen sich selbst Fortbildungen aus und halten Rücksprache mit GF
In Anspruch genommene Weiterbildungsangebote pro Mitarbeiter	1,5 Tage
Krankheitsquote gesamt	6%
Arbeitsbedingte Verletzungen gesamt	1 (Wegeunfall)
Schwere arbeitsbedingte Verletzungen (exkl. Todesfälle) gesamt	0
Todesfälle aufgrund arbeitsbedingter Verletzungen gesamt	0
Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen	10 Tage (Geschäftsführung)

Mitarbeiter	2
Mitarbeiterinnen	3
Mitarbeitende <30 Jahre	2
Mitarbeitende 31-50 Jahre	2
Mitarbeitende >50 Jahre	1
In Anspruch genommene Schulungen und Workshops zum Thema Diversität	0
Durchschnittliche Dauer der Väterkarenzen	0
Durchschnittliche Dauer der Mütterkarenzen	0

## GWÖ Berichts-Fragen

### Wie kann die Unternehmenskultur im Unternehmen beschrieben werden?

Die Mitarbeiter\*innen haben eine vereinbarte Aufgaben-Zuordnung, innerhalb derer sie eigenverantwortlich und selbstbestimmt arbeiten. Dies gilt auch für die Arbeitszeiten, die im Rahmen eines vereinbarten Volumens frei gestaltet werden können. Alle Mitarbeiter\*innen sind im Home-Office tätig. Die Hierarchien zwischen Geschäftsführer und Mitarbeiter\*innen sind im gemeinsamen Arbeiten sehr flach, formal gibt es aber eine Weisungsgebundenheit, die allen bewusst ist.

Bei HMP verstehen wir Fehler als Lernerfahrung.

Die Ideen und Initiativen von Mitarbeiter\*innen sind bei HMP sehr willkommen und werden ebenfalls in gemeinsamen Gesprächen thematisiert und besprochen. Dies gilt ebenso für Vorschläge zur Verbesserung der Arbeitspraxis, vor allem, weil die Bedürfnisse und Anliegen der Mitarbeiter\*innen einen wichtigen Teil der Unternehmenskultur ausmachen.

Es besteht jederzeit die Möglichkeit Feedbackgespräche zu führen. Fest integriert sind Feedbackgespräche bei HMP in Form von Jahresgesprächen zwischen Geschäftsführung und Mitarbeiter\*innen. Bisher werden diese nicht dokumentiert.

Konflikte werden in der Praxis aber offen an- und besprochen. Die Erfahrung zeigt, dass Konflikte, die thematisiert werden, auch gemeinsam auf konstruktive Weise und lösungsorientiert bearbeitet werden.

### Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen? Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten (Indikator C1.4 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen)

Es gibt keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen.

### Welche Maßnahmen wurden zur betrieblichen Gesundheitsförderung und zum Arbeitsschutz umgesetzt, und wie werden sie evaluiert?

Da die Mitarbeiter\*innen im Home-Office tätig sind, kann keine betriebliche Gesundheitsförderung ("vor Ort") angeboten werden.

Gleichzeitig können die Mitarbeitenden durch ihre Tätigkeit im Home-Office und frei gestaltbare Arbeitszeiten ihren Arbeitstag nach eigenen Wünschen gestalten.

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

Diversität ist schwer zu erreichen, weil es nur drei dauerhafte Mitarbeiter\*innen gibt. Geeignete nicht-weiße Kandidat\*innen haben sich bisher noch nicht beworben (siehe Verbesserungsvorschläge). Der Geschäftsführer ist männlich, 70+ Jahre alt. Die Mitarbeiter\*innen sind im Alter von 20-30 (2), 30-40 und 40-50. Alle Mitarbeiter\*innen sind weiß und haben in Bezug auf ihre Bildungsbiographie mindestens einen akademischen Abschluss.

## C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge



Einstufung: 7 (Vorbildlich) // Externe Bewertung: 7 (Vorbildlich)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:-

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

Höchstverdienst (VZÄ)	2.800 €
Mindestverdienst (VZÄ)	1.700 €
Sprenzung Höchst-/Mindestverdienst (VZÄ)	1,65
Medianverdienst (VZÄ)	2.250 €
Definierte Wochenarbeitszeit	35 Stunden
Tatsächlich geleistete Überstunden	0 Stunden

### GWÖ Berichts-Fragen

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

Die Gehälter bzw. Entlohnung aller Mitarbeiter\*innen entspricht mindestens der Stufe 1 des Tarifniveaus 12 des öffentlichen Diensts (TVÖD E12 - Stufe 1). Dadurch wird sichergestellt, dass alle Mitarbeiter\*innen einen "lebenswürdigen Verdienst" erhalten. Dem Geschäftsführer wird vom Unternehmen keine Entlohnung ausgezahlt. Er bezieht sein Einkommen aus Erträgen von Pensionsfonds.

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

Bisher keine. Die Gehälter sind an die Richtlinien des Öffentlichen Diensts angelehnt. Selbstorganisierte Nebenverdienste können über HMP abgerechnet werden.

#### Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt?

Die Mitarbeiter\*innen haben individuell vereinbarte Arbeitszeiten und Aufgabenbereiche. Die Gestaltung und Erfassung der Arbeitszeiten erfolgt auf Vertrauensbasis und wird von den Mitarbeiter\*innen selbst geführt. In regelmäßigen persönlichen oder telefonische Rücksprachen werden Form und Inhalt der Zusammenarbeit gestaltet und Kapazitäten geklärt.

#### Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?

Überstunden spielen eine geringe Rolle und sind nicht maßgeblich für den Erfolg der Organisation. Sollten diese trotzdem anfallen (z.B. für die Organisation einer Konferenz o.ä.), werden sie soweit möglich im Rahmen der flexiblen Arbeitszeiten zeitnah ausgeglichen.

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

Die unternehmensweit definierte Arbeitszeit liegt bei 35 Stunden. Die üblichen, mit den Mitarbeiter\*innen vereinbarten Arbeitszeiten liegen zwischen 20 und 30 Stunden pro Woche. Dadurch haben sie auch mehr Zeit, sich außerhalb von HMP gesellschaftlich zu engagieren und teilzuhaben.

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

Die Arbeitszeit ist in hohem Maße selbstorganisiert von den Mitarbeiter\*innen gestaltbar.

**Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Mitarbeitenden nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet werden? Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz C2.4 ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge zu berichten.**

Es gibt weder ungerechte Arbeitsverträge, noch werden Mitarbeiter\*innen einseitig belastet oder ausgebeutet.

### C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden



Einstufung: 8 (Vorbildlich) // Externe Bewertung: 5 (Erfahren)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Bezuschussung Monatsabonnement ÖPNV für Mitarbeiter\*innen
- Bezuschussung der Nutzung von Leihrädern oder der Anschaffung eines gebrauchten Fahrrads für Mitarbeiter\*innen, die noch kein Fahrrad haben

Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft	63 %
PKW / 1 Insasse	0 %
PKW / 2 Insassen	0 %
PKW / 3 Insassen	0 %
PKW / 4 Insassen	0%
ÖV	50%
Rad	30%
Fuß	20%
Nutzungsgrad des ökologischen Betriebsangebots der Mitarbeitenden	0 %

### GWÖ Berichts-Fragen

**Welchen Wert legt das Unternehmen auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz, und wie sieht das in der täglichen Praxis aus?**

Die Mitarbeiter\*innen sind im Home-Office tätig, also selbst für Ihre Ernährung verantwortlich. Es gibt also auch keine Kantine, Arbeitsbesprechungen mit Bewirtung finden vorzugsweise in Lokalen mit vegetarisch-veganem und regionalem Angebot statt und HMP übernimmt die Kosten dafür.

**Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden (dies auch mit Blick auf die Anwendung im Privaten)?**

Bei gemeinsamen Arbeitstreffen mit Bewirtung, siehe oben. Durch die Tätigkeit bei HMP und deren Organisationszweck befassen sich die Mitarbeiter\*innen per se sehr viel mit dem Thema Nachhaltigkeit und versuchen sowohl beruflich als auch privat mit ihrem Lebensstil einen entsprechenden Beitrag zur Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks zu leisten.

**Kann das Unternehmen bestätigen, dass im Unternehmen weder Verschwendung von Ressourcen gefördert noch unökologisches Verhalten geduldet wird? Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz C3.4 Anleitung zur Verschwendung/ Duldung unökologischen Verhaltens zu berichten.**

Es gibt keine geschäftlichen Regelungen, die ökologisch "Schlechterwertiges" anregen, obwohl Besserwertiges verfügbar ist.

**Welche Verkehrsmittel benutzen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?**

Berlin: 100 % ÖPNV und Fahrrad und Fußwege  
 Dienstreisen: 100 % per Bahn, 0 % via Flugzeug

**C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz**



Einstufung: 5 (Erfahren) // Externe Bewertung: 3 (Fortgeschritten)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Die Vorschläge wurden nicht umgesetzt, die Mitarbeiter\*innen waren nicht interessiert daran.
- Es gab Unstimmigkeiten und Konflikte, die in direkten Gesprächen bearbeitet wurden.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Etablierung eines Strategie-Treffens (ein Mal - zwei Mal pro Jahr) bei dem die generelle Ausrichtung der Organisation sowie wesentliche Entscheidungen besprochen werden.
- Prüfen, ob weitere Elemente demokratischer Entscheidungsformen von den Mitarbeiter\*innen gewünscht sind und ggf. verstärkt werden können (z.B. Formen von Soziokratie, Systemisches Konsensieren)
- Feste Zyklen (z.B: ein - zwei Mal pro Jahr) für Feedbackgespräche zwischen Mitarbeiter\*innen und Geschäftsführung etablieren und diese dokumentieren

Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten	67 %
Von eigenen Mitarbeitenden legitimierte Führungskräfte	0 %
Entscheidungen mit Anhörung der Betroffenen	25 %
Entscheidungen mit Mitwirkung der Betroffenen	0 %
Entscheidungen mit Mitentscheidung der Betroffenen	75 %

## **GWÖ Berichts-Fragen**

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

Leicht zugänglich und transparent sind ca. 2/3 der Daten, wie z.B. Projektbudgets (Preiskalkulation, Arbeitszeitkalkulation), Jahrestätigkeitsberichte der Mitarbeiter\*innen und des Geschäftsführers. Gehälter und Arbeitsverträge sind ebenfalls allen Mitarbeiter\*innen gegenseitig bekannt.

Es ist außerdem bekannt, dass HMP von der Humanistic Business Foundation unterstützt wird, sodass Kostendeckung vorausgesetzt werden kann.

Finanzielle Entscheidungen zu Projektanträgen oder Fördermitteln werden vom Geschäftsführer unter Beratung mit den Mitarbeiter\*innen getroffen.

Bei Belangen, von denen die Mitarbeiter\*innen direkt betroffen sind (wie z.B. Fort- und Weiterbildungen, oder die Übernahme von Reisekosten) entscheiden sie direkt mit.

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

Der Geschäftsführer ist die einzige Führungskraft bei HMP. Die Mitarbeiter\*innen entscheiden sich, mit ihm und für ihn zu arbeiten, wenn sie HMP beitreten.

Wenn das Verhalten oder Entscheidungen des Geschäftsführers nicht auf Zustimmung der Mitarbeiter\*innen trifft, gibt es Kritik. Bisher wurden alle kritischen Rückmeldungen an den Geschäftsführer zur Zufriedenheit der Mitarbeiter\*innen gelöst.

### **Welche wesentlichen Entscheidungen können die Mitarbeitenden mehrheitsdemokratisch oder konsensual mitbestimmen?**

Wenn neue Mitarbeiter\*innen eingestellt werden, gibt es eine Anhörung der bestehenden Mitarbeiter\*innen. Bei Übernahme von neuen Themen werden die MA um ihre Zustimmung gefragt. MA können die Übernahme von Themen auch ablehnen.

### **Welche Erfahrungen wurden bisher mit Transparenz und Mitbestimmung gemacht?**

Aufgrund des persönlichen und hierarchiearmen Umgangs und vergleichbarer fachlicher Qualifikationen sorgt die Partizipation der Mitarbeiter\*innen bei HMP für einen produktiven Austausch sowie für mehr Kreativität. In Arbeitsbereichen, in denen Mitarbeiter\*innen Erfahrungs- und Wissensvorteile haben, setzen sie diese konstruktiv ein. Die Unternehmenskultur fußt also auf der Haltung "Alle lernen dauernd von allen" und Wissen/Erfahrung inspiriert Entscheidung.

Mitarbeiter\*innen können auch eigene Projekte vorschlagen und über deren Gestaltung mitentscheiden. Zur Ausrichtung des "HMP-Portfolios" werden die Mitarbeitenden regelmäßig befragt und gehört.

Der Mittelzufluss durch die Stiftung ist von der Mitentscheidung ausgenommen.

### **Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Verhinderung des Betriebsrates vorliegt? Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten (Indikator C4.4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates).**

Für einen Betriebsrat ist die Anzahl der Mitarbeiter\*innen zu klein.

## D1 Ethische KundInnenbeziehung



Einstufung: 7 (Vorbildlich) // Externe Bewertung: 7 (Vorbildlich)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

Gesamtausgaben Marketing	170 €
Ausgaben Werbung	170 €
Ausgaben Verkauf	0 €
Anteil Fixe Ausgaben Verkauf an Ausgaben Verkauf	0 %
Anteil Umsatzabhängig Ausgaben Verkauf an Ausgaben Verkauf	0 %
Anteil Umsatz von benachteiligten KundInnen	0 %

### GWÖ Berichts-Fragen

**Gibt es interne Umsatzvorgaben vonseiten des Unternehmens? Wenn ja, welche?**

Nein.

**Wie werden neue KundInnen gewonnen und wie StammkundInnen betreut?**

HMP ist ein Dienstleistungsunternehmen und bietet "Unternehmens-Ethik Know-how" an, 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. 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.

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.

Kund\*innenfeedback wird während der Beratung zur Prozesssteuerung eingesetzt; und es wird aktiv nach Beendigung von Aufträgen eingeholt. Außer unterschiedlichen Graden von Kundenzufriedenheit gab es im Berichtszeitraum keine Reklamationen.

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>

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

Grundsätzlich ist HMP in der privilegierten Position, finanzielle Förderung von der Humanistic Business Foundation zu erhalten. Dies erleichtert es auch, Dienstleistungen so anzubieten, dass der Kund\*innennutzen klar im Vordergrund steht. Nicht selten werden dadurch auch Dienstleistungen (wie z.B. Vorträge, Workshops, Seminare) unentgeltlich angeboten, sind also zu einem hohen Grad intrinsisch motiviert

Gleichzeitig wird durch eine Klärung der Bedürfnisse und Erwartungen sowie das Einholen von Feedback der Kund\*innen sichergestellt, dass der Kund\*innennutzen im Mittelpunkt steht.

**Welche KundInnengruppen haben einen erschwerten Zugang zu den Produkten und Dienstleistungen? Was wird getan, damit diese auch in den Genuss der Produkte/Dienstleistungen kommen können?**

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. Leistungen für Konsument\*innen und Mitarbeiter\*innen in Unternehmen /Organisationen kommen gelegentlich vor, sind noch in Arbeit.

**Finanzielle Barrieren:**

Ein-Personen- und Kleinunternehmen erhalten günstigere Konditionen. Fallweise wird gratis gearbeitet.

Im Berichtszeitraum wurde eine Mitarbeiterin eingestellt, die Migrant\*innen und Menschen mit Fluchterfahrung auf dem Weg in Ausbildungsverhältnisse unterstützt und begleitet. Das Projekt musste leider nach 6 Monaten abgebrochen werden, weil zwar aufnahmebereite Unternehmen, aber nicht genügend Migrant\*innen erreichbar waren.

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 meist aus ideologischen Gründen 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. 2018 nahmen wir an ausgewählten Hauptversammlungen (2018: BMW, Deutsche Bank und Hugo Boss) teil und hielten 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 Konzernmitarbeiter\*innen – und manager\*innen.

**Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt werden? Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten (Indikator D1.3 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen)**

HMP führt keine unethischen Werbemaßnahmen durch.

## D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern



Einstufung: 6 (Erfahren) // Externe Bewertung: 6 (Erfahren)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

Anteil Mitarbeitendenstunden in Kooperations-Projekten an Mitarbeitendenstunden gesamt	15 %
Anteil Mitarbeitendenstunden in Kooperations-Projekten mit Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional) an Mitarbeiterstunden gesamt	10 %
Anteil Mitarbeitendenstunden aus Kooperations-Projekten mit Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen an Mitarbeiterstunden gesamt	0 %
Anteil Mitarbeitendenstunden aus Kooperations-Projekten mit Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, aber mit anderer Zielgruppe an Mitarbeiterstunden gesamt	0 %
Anteil Umsatz aus Kooperations-Projekten mit Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional) an Gesamtumsatz	0 %
Anteil Umsatz aus Kooperations-Projekten mit Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen an Gesamtumsatz	0 %
Anteil Umsatz aus Kooperations-Projekten mit Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, aber mit anderer Zielgruppe an Gesamtumsatz	0 %

### GWÖ Berichts-Fragen

#### Welche Kooperationen mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards gibt es?

HMP engagiert sich z.B. zusammen mit der Gemeinwohl-Ökonomie oder UnternehmensGrün zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards.

#### Inwiefern wird ein aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying) geleistet?

HMP engagiert sich nicht im Bereich (Responsible-) Lobbying.

#### Welche Mitarbeit / welches Engagement bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards gibt es?

Zusammenarbeit im Berichtszeitraum mit Initiativen wie Gemeinwohl-Ökonomie, UnternehmensGrün, urgewald, FemNet.

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

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. Des Weiteren werden die Forschungsergebnisse von HMP vollinhaltlich auf der Website veröffentlicht.

Wissenschaftliche Institute kommen als Partner\*innen für Unternehmens- Forschung in Frage, wie z.B. das IAAS in Potsdam.

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

Aufträge werden ab und zu an Mit-Unternehmen abgegeben, von denen bekannt ist, dass sie freie Kapazitäten haben. Mit-Unternehmen werden in der Gründungsphase durch Informationen und z.T. Coaching unterstützt.

**Kann das Unternehmen bestätigen, dass auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber dem Wettbewerb komplett verzichtet wird? Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten (Indikator D2.3 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen).**

HMP hat leider keine Marktmacht und leider auch keine Strategie, im Markt Einfluss zu erlangen. Wir würden eine Marktmacht zugunsten gemeinwohl-orientierten Verhaltens einsetzen. Wir wollen den Marktanteil der ethischen Unternehmen ausweiten und streben damit geringere Marktanteile konventioneller Unternehmen an.

Eigene Dienstleistungen werden mit anderen Unternehmen gratis geteilt, damit öko-faire Geschäftsmodelle unterstützt werden.

**D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen**



Einstufung: 3 (Fortgeschritten) // Externe Bewertung: 2 (Fortgeschritten)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Berechnung bzw. Schätzung des digitalen Fußabdrucks (Ökologische Auswirkungen von Digitalisierung, Internetnutzung, Videokonferenzen etc. auf Ressourcenverbrauch) vornehmen und entsprechende Maßnahmen zu verantwortungsvollem Umgang damit ableiten (im Sinne von Suffizienz-Potentialen)

## GWÖ Berichts-Fragen

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

Die ökologische Auswirkung der Nutzung unserer Dienstleistungen ist bisher noch nicht bekannt. Wir gehen aber davon aus, dass dies langfristig positive Auswirkungen sind.

#### Kund\*innenliste und Umsatzanteil 2018/2019:

Kund*in	Umsatzanteil
Technische Universität Berlin	8 %
<p><b>“Impact” der Dienstleistung:</b> Diskussion von innovativen Geschäftsmodellen mit MBA Studenten. Nachhaltigkeitsaffine Student*innen, Ökologie wird als wesentliches Gestaltungsfeld der Unternehmen in den Blick genommen (Bereich Bildung, 30 Teilnehmer*innen)</p>	
Nils Wittke Consulting	51 %
<p><b>“Impact” der Dienstleistung:</b> Training von GWÖ-Berater*innen. Praxisanwendungen sehr wahrscheinlich. Der Wert ökologische Nachhaltigkeit wird in den Blick gerückt (Bereich Anwendung, (100 Teilnehmer*innen)</p>	
Humanistische Akademie	1 %
<p><b>“Impact” der Dienstleistung:</b> Vortrag über humanistisch orientierte Unternehmensentwicklung. Ökologie wird im Rahmen einer ganzheitlichen Betrachtung adressiert (Bereich Bildung, 12 Teilnehmer*innen)</p>	
Stahl-Partner	7 %
<p><b>“Impact” der Dienstleistung:</b> Anwendungsberatung zur Berichterstattung mit dem GWÖ-Modell, die ökologische Wirkung von Bäckereien ist erheblich und wird hinterfragt (Bereich Anwendung, 10 Teilnehmer*innen)</p>	
Femnet e.V.	1 %
<p><b>“Impact” der Dienstleistung:</b> Information über Gemeinwohl-Bilanz für ein Dax-Unternehmen und den Weg zu öko-fairer Unternehmenspraxis, Der Mangel an ökologischer Due-Dilligence der Konzerne wird markiert (Bereich Bildung, 60 Teilnehmer*innen)</p>	
Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin	8 %
<p><b>“Impact” der Dienstleistung:</b> Master-Studiengang International Management, im Rahmen von ESG-Betrachtung wird gezeigt, dass der Bereich Environment meist nicht angemessen gestaltet wird (Bereich Bildung, 40 Teilnehmer*innen)</p>	
Gemeinde Kirchanschöring	10 %
<p><b>“Impact” der Dienstleistung:</b> Anwendungsberatung zur Industrieansiedlung mit dem GWÖ-Quicktest, bei der Industrieansiedlung spielen die ökologischen Auswirkungen der Geothermie eine zentrale Rolle (Bereich Anwendung, 1 Gemeinde)</p>	
Synchronize Consulting	2 %
<p><b>“Impact” der Dienstleistung:</b> Informationsworkshop zur Anwendung des GWÖ-Modells, die ökologische Nachhaltigkeit ist eine der wichtigsten fehlenden Strategien in der Unternehmensberatung und wird in den Blick gerückt (Bereich Anwendung, 10 Teilnehmer*innen)</p>	

Berliner Team GbR	1 %
<b>“Impact” der Dienstleistung:</b> Vortrag über GWÖ in Praxis und als Modell, ökologische Nachhaltigkeit wird im Rahmen eines ganzheitlichen Unternehmens-Modells markiert (Bereich Anwendung, 30 Teilnehmer*innen)	
Zukunftsfähiges Thüringen	0,5 %
<b>“Impact” der Dienstleistung:</b> Panel-Diskussion zum Verstehen der regionalen Entwicklung mithilfe des GWÖ-Modells, Information der Öffentlichkeit, im Zentrum steht die Industrie-Ansiedlungspolitik in Sachsen, ökologische Aspekte stehen nicht im Vordergrund (Bereich Bildung, 40 Teilnehmer*innen)	

Wir sind uns der Tatsache bewusst, dass HMP von der Externalisierung von ökologischen Kosten profitiert. Bei den Dienstleistungen von HMP sind dies vor allem Kosten, die im Rahmen von Mobilität, (ÖPNV, Bahn- und Fernreisen) der Nutzung von elektronischen Geräten, sowie der Internetnutzung entstehen.

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

Die ökologischen Belastungen werden verringert durch die öko-faire Ernährung der Mitarbeitenden. Die CO<sub>2</sub>-Emissionen werden im Umfang von 60 t pro Jahr mit Offsets von Atmosfair gGmbH kompensiert.

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

Kund\*innen erhalten Informationen so, dass sie selbständig die Konzepte von HMP bzw. GWÖ nutzen bzw. anwenden können. Damit werden die Leistungsangebote knapp gehalten und die Beratungsleistungen werden suffizient genutzt. Da die Angebote von HMP Kund\*innen tendenziell befähigen, ihre Produkte auch im Blick auf Suffizienz zu “optimieren”, wäre eine höhere Nutzung der Produkte von HMP zielführend der Verfolgung der Suffizienz bei unseren Kund\*innen.

#### **Wie sind Konsistenz, Effizienz und Suffizienz im Geschäftsmodell verankert?**

Auf der Input-Seite: Der Energieverbrauch bevorzugt Erneuerbare Energien, die Mobilität bevorzugt fossil-arme Fortbewegungsmittel, die Bewirtung von Kund\*innen und Mitarbeiter\*innen bevorzugt bio-vegetarisch-vegane Nahrungsmittel.

Auf der Output-Seite: siehe Mobilität, Anreise zu Kundentreffen mit ÖPNV, Fahrrad oder zu Fuß.

#### **Wie wird die maßvolle Nutzung in der Kommunikation mit KundInnen gefördert?**

Im Zuge von Beratungsleistungen zielen die strategischen Empfehlungen für die Gestaltung von Geschäftsmodellen immer auf eine Verringerung des ökologischen Fußabdrucks, sowie eine gemeinwohl-orientierte Organisationsausrichtung ab.

#### **Kann das Unternehmen bestätigen, dass es keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen gibt? Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten (Indikator D3.3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen).**

Unverhältnismäßig hohe ökologische Auswirkungen werden nicht in Kauf genommen.

## **D4 KundInnenmitwirkung und Proudkttransparenz**



**Einstufung:** 3 (Fortgeschritten) // **Externe Bewertung:** 3 (Fortgeschritten)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

Produkte oder Dienstleistungen mit sozial ökologischer Verbesserung, die unter Mitwirkung von KundInnen entstanden sind	0
Umsatz Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen	0 €
Umsatz Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen	0 €

## GWÖ Berichts-Fragen

### **Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden KundInnen eingeräumt, und wie wird darüber kommuniziert?**

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.

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

### **Wie werden Impulse von KundInnen zur sozial-ökologischen Verbesserung der Produkte und Dienstleistungen aufgenommen?**

Die Kund\*innen haben die Möglichkeit über Feedbacks bei Vorträgen, Workshops, Seminaren, oder im Zuge von Beratungsleistungen oder über das Feedbackformular auf der Website von HMP Feedback einzureichen und mitzugeben. Prinzipiell ist HMP dafür sehr offen und dankbar und gleichzeitig darum bemüht diese Impulse konstruktiv aufzunehmen.

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

HMP bietet Dienstleistungen an, die Preisfindung ist bei Angeboten insofern transparent, als die Anzahl der Berater\*innen-Tage, sowie die Tageshonorare transparent aufgeführt werden.

Im Rahmen der Beschaffungsstrategie tut HMP das "Bestmögliche", um Externalisierungen zu vermeiden. Dies geschieht vor allem durch den Bezug von öko-fairen Waren und fossil-freien Energie- und Mobilitätsressourcen.

Würden Externalisierungen internalisiert - also bezahlt werden müssen - beträfe dies HMP vor allem im Bereich der ökologischen Kosten von Reisen mit dem ÖPNV und der Bahn, der Heizung des Büros, der Internetnutzung und der sozialen und ökologischen Kosten bei der Nutzung elektronischer Geräte.

### **Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Produkte keine Schadstoffe enthalten, die KundInnen und Umwelt belasten und dass auch keine schädliche Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte entstehen? Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten (Indikator D4.3 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen)**

Die Produkte bzw. Dienstleistungen von HMP enthalten keine Schadstoffe und deren Nutzung hat bei der Verwendung keine schädlichen Nebenwirkungen.

## E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen



Einstufung: 7 (Erfahren) // Externe Bewertung: 6 (Erfahren)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Konkretisierung der Wirkungsdarstellung zu den SDGs (siehe SDG-Annex), sodass - anhand von konkreten Beispielen in den Gemeinwohl-Themen - die Wirksamkeit der Aktivitäten von HMP in Bezug auf die SDGs nachvollziehbarer wird.

Anteil Umsatz, der Grundbedürfnisse erfüllt an Gesamtumsatz	50%
Anteil Umsatz der Statusprodukte an Gesamtumsatz	0%
Anteil Umsatz, der Entwicklung der Menschen dient an Gesamtumsatz	100 %
Anteil Umsatz, der Regeneration der Biosphäre dient an Gesamtumsatz	50%
Anteil Umsatz, der sozialen und ökologische Herausforderungen lt. UN (SDG) dient an Gesamtumsatz	50%
Anteil Umsatz mit mehrfachem Nutzen an Gesamtumsatz	100 %
Anteil Umsatz mit hemmenden oder Pseudonutzen an Gesamtumsatz	0 %
Anteil Umsatz mit Negativnutzen an Gesamtumsatz	0 %

### GWÖ Berichts-Fragen

#### Welche der neun Grundbedürfnisse (nach Max-Neef) erfüllen die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens?

Siehe Tabelle.

Aus unserer Sicht trägt HMP durch Leistungen wie Forschung, Beratung und Bildung nicht direkt, sondern maximal indirekt zur Befriedigung von Grundbedürfnissen bei. Die gleiche Perspektive gilt aus unserer Sicht für den Beitrag zur Erreichung der SDGs und der Regeneration der Biosphäre. Deshalb haben wir diese drei Punkte mit jeweils 50 % bewertet.

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

Die Dienstleistungen von HMP sind keine Luxusprodukte, zumindest so lange nicht, bis wir eine Wirtschaft haben, die sich an den menschlichen Grundbedürfnissen orientiert und dabei die Mitwelt

und die planetaren Grenzen respektiert. Da dies auf absehbare Zeit nicht der Fall sein wird, braucht es auch weiterhin Forschung, Bildung und Beratung in diesem Bereich.

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

Die Dienstleistungen von HMP adressieren vor allem die Bereiche Bildung, Organisationsentwicklung und Forschung. Wichtige Aspekte innerhalb dieser Bereiche sind z.B. Lernen und Wissenserweiterung, Selbstreflexion, Reflexion von Ethik, Werten und Haltung, Veränderung und Transformation sowie Austausch und Kooperation.

**Welche gesellschaftlichen bzw. ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch die Produkte und Dienstleistungen gelöst bzw. Gemindert?**

Aus unserer Sicht geben die Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen in diesem Zusammenhang eine gute Orientierung. Deshalb haben wir im Zuge dieses Berichts zum ersten Mal eine Wirkungsdarstellung vorgenommen, die die Wirksamkeit unserer Aktivitäten in Bezug auf die SDGs annäherungsweise transparent machen soll (siehe SDG-Annex im Anhang).

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 Entscheidungsträger\*innen in der Wirtschaft, 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 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.

**Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine der im Infotext aufgelisteten menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen produziert oder verkauft werden? Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten (Indikator E1.3 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen)**

HMP bietet keine Dienstleistungen an, die negative Auswirkungen auf die Menschenwürde haben.

**E2 Beitrag zum Gemeinwesen**



Einstufung: 3 (Fortgeschritten) // Externe Bewertung: 3 (Fortgeschritten)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

Gesamtumsatz	2018: 117.570 € / 2019: 114.588 €
Nettoabgabenquote	Berechnung nicht möglich, da als gemeinnützige Organisationen kein "Gewinn" und befreit von Steuerzahlungen (Körperschafts- und Gewerbesteuer)
Anteil Investitionen in das Gemeinwesen an Gesamtumsatz	26 %
Anteil Corporate Volunteering Stunden an Mitarbeiterstunden gesamt	0 %

### GWÖ Berichts-Fragen

**Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet? Worin besteht der Eigennutzen an diesen Aktivitäten?**

Die gesamte Arbeitszeit und Leistung des Geschäftsführers ist ehrenamtlich. Im Berichtszeitraum wurde ein Forschungsprojekt zur Gemeinwohl-Ökonomie, durchgeführt von der Universität Valencia, mit einer Summe von 30.000 Euro gefördert.

**Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens – oder lindern sie vorwiegend Symptome?**

Die Ergebnisse des Forschungsprojektes an der Universität Valencia haben der GWÖ zu wissenschaftlicher Beachtung verholfen, die Anwendungs-Freundlichkeit der GWÖ aufgezeigt und die Reputation der GWÖ gestärkt.

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

Die gGmbH ist von Steuerzahlungen befreit.

Die kommerziellen Aufträge für HMP kommen vor allem von kleinen und mittelständischen Unternehmen, Forschungseinrichtungen und sind ioft mit einer Kooperationsleistung von HMP verbunden. Die Mitarbeiter\*innen sind ethisch und gesellschaftspolitisch motiviert und tragen das Engagement von HMP für eine werte-orientierte Wirtschaft voll mit. Aufgrund dieser Haltung ikann das Risiko einer persönlichen Vorteilsnahme ausgeschlossen werden.

Der Geschäftsführer wirkt bei UnternehmensGrün mit und spricht in dieser Rolle auch mit Vertreter\*innen politischer Parteien. Diese Lobbyaktivitäten sind transparent und nicht auf die Voreteilsnahme für HMP gerichtet, sondern auf die Schaffung von günstigen gesetzlichen Rahmenbedingungen für öko-faire Wirtschaftsmodelle insgesamt.

[www.unternehmensgrün.org/](http://www.unternehmensgrün.org/)

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

Sozialversicherungsbeiträge gesamt 18/19: 40.863 €

Sozialversicherungsbeiträge 2018: 16.408 €

Sozialversicherungsbeiträge 2019: 24.455 €

**Welche direkten materiellen Unterstützungen erhält das Unternehmen vom Gemeinwesen (z. B. unternehmensbezogene Subventionen und Förderungen)?**

Keine.

**Kann das Unternehmen bestätigen, dass es keinerlei Praktiken betreibt, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entziehen? Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten (Indikator E2.3 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung).**

HMP betreibt weder Praktiken der illegitimen Steuervermeidung noch werden Gelder bewusst einer korrekten Besteuerung entzogen.

**Kann das Unternehmen bestätigen, dass es selbst keine korruptionsfördernden Praktiken betreibt und dass sämtliche Lobbying-Aktivitäten offengelegt wurden? Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten (Indikator E2.4 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention).**

Korruptionsfördernde Praktiken sind tabu und stellen auch keine Versuchung dar.

**E3 Absolute Reduktion ökologischer Auswirkungen**



Einstufung: 1 (Erste Schritte) // Externe Bewertung: 1 (Erste Schritte)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- Berechnung des ökologischen Fußabdrucks von HMP vornehmen und entsprechende Maßnahmen zur Senkung ableiten.
- Berechnung bzw. Schätzung des digitalen Fußabdrucks (Ökologische Auswirkungen von Digitalisierung, Internetnutzung, Videokonferenzen etc. auf Ressourcenverbrauch) vornehmen und entsprechende Maßnahmen zu verantwortungsvollem Umgang damit ableiten
- Prozesse und Dienstleistungen der Organisation konsequent auf mögliche Potenziale hinsichtlich Suffizienz prüfen

Ausstoß klimawirksamer Gase	ca. 45 Tonnen CO2 (Berechnung basierend auf 3 VZÄ / Durchschnittswert von 2018 und 2019), Die individuellen CO2-Verbräuche der Mitarbeiter*innen liegen bei ca. 10-11 Tonnen/Jahr, gemäß dem durchschnittlichen Verbrauch von in Deutschland lebenden Menschen siehe z.B.
-----------------------------	---

	<a href="https://uba.co2-rechner.de/de_DE/start#panel-calc">https://uba.co2-rechner.de/de_DE/start#panel-calc</a>
Transporte und dessen CO2-Äquivalent	<p>Dienstreisen mit der Bahn im Berichtszeitraum:</p> <p>2018:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- GWÖ-Konferenz für Unternehmen / Berlin – Bad Mergentheim – Berlin / 2 Mitarbeiter*innen / Reise-Kilometer insgesamt: 2.000 KM</li> <li>- GWÖ-Sommerwoche / Berlin – Bonlanden – Berlin / 2 Mitarbeiter*innen / Reise-Kilometer insgesamt: 1.920 KM</li> </ul> <p>2019:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>GWÖ-Sommerwoche / Berlin – Mannheim – Berlin / 2 Mitarbeiter*innen / Reise-Kilometer insgesamt: 2.120 KM</li> </ul> <p>Für den Berichtszeitraum insgesamt ergeben sich somit 6.040 Reise-Kilometer, dies entspricht in etwa einem Verbrauch von 0,2 t CO<sub>2</sub> (sind bereits in den 45 Tonnen enthalten)</p>

**DRIVEST** Suche...

HOME TRAIN BUS SHARING DIGITAL REGIONAL DEALS TOOLS REVIEWS

## Bahn-CO<sub>2</sub>-Rechner

Dein CO<sub>2</sub>-Ausstoß:

# 217.44 kg

für insgesamt 6040 Kilometer.

So hätte deine Reise mit anderen Verkehrsmitteln ausgesehen:

Verkehrsmittel	CO <sub>2</sub> -Ausstoß
Bahn im Fernverkehr	217.44 kg
Bahn im Nahverkehr	362.4 kg
Fernbus	193.28 kg
Flugzeug	1274.44 kg
Auto	857.68 kg

Benzinverbrauch und dessen CO2-Äquivalent	0 L
Stromverbrauch und dessen CO2-Äquivalent	<p>4 Laptops mit ca. 44 kWh bzw. 15 Kg CO<sub>2</sub>/Jahr, entsprechen ca. 120 Kg an CO<sub>2</sub>-Verbrauch im Berichtszeitraum, bereits in den 45 Tonnen enthalten. Der eigene Server wird über den Hostingservice All-inkl.com mit 100 % Ökostrom betrieben, siehe <a href="https://all-inkl.com/info/umweltschutz/">https://all-inkl.com/info/umweltschutz/</a></p>
Gasverbrauch und dessen CO2-Äquivalent	Nicht relevant
Heizenergie und dessen Durchschnittstemperatur in der Heizperiode	<p>Temperatur Home Offices: 21 Grad</p> <p>4 Home-Offices mit durchschnittlich etwa 15 qm und Gas-Heizung (160 kWh/qm) entsprechen in</p>

etwa einem Jahresverbrauch von 9.600 kWh/Jahr bzw. 19.200 kWh im gesamten Berichtszeitraum. Bezogen auf den CO<sub>2</sub>-Verbrauch entspricht dies ca. 0,5 t/Jahr pro Mitarbeiter\*in bzw. ca. 2 t/Jahr insgesamt und ca. 4 t/Jahr im gesamten Berichtszeitraum (Berechnung auf Basis des CO<sub>2</sub>-Rechners des Umweltbundesamtes: [https://uba.co2-rechner.de/de\\_DE](https://uba.co2-rechner.de/de_DE)) Die 4 t/Jahr sind bereits in den 45 Tonnen Gesamtverbrauch enthalten,

Haus / Wohnung 0,19 t

Anzahl der Personen im Haushalt  1

Haustyp

Baujahr bzw. Standard des Hauses

Besitzverhältnis

Wohnfläche  m<sup>2</sup>

---

Heizung 0,54 t 2,17 t 0,00 t

Art der Heizung

Art der Verbrauchseingabe

Jahresverbrauch  kWh/Jahr

Kühlenergie und dessen Durchschnittstemperatur in der Kühlperiode	Nicht relevant
Verbrauch von Trink- und Regenwasser	Nicht relevant
Chemikalienverbrauch	Nicht relevant
Papierverbrauch	ca. 1 Kg
Einsatz sonstiger Materialien	Nicht relevant
Kunstlichteinsatz (Lumen bzw. kWh)	Nicht relevant
Schadstoffemissionen und sonstige Umweltauswirkungen	Nicht relevant

### GWÖ Berichts-Fragen

**Welche negativen Umweltwirkungen im Bereich Material haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse?**

Da HMP Dienstleistungen anbietet, spielt der Materialverbrauch eine geringe Rolle.

**Welche Umweltdaten werden zum Bereich Material veröffentlicht?**

Siehe die Tabelle oben.

**Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Bereich Material, um die Umweltauswirkungen zu reduzieren?**

Bezug von Energie aus Erneuerbaren Energien wird wo immer möglich bevorzugt (Strom, Mobilität)

**Welche negativen Umweltwirkungen im Bereich Wasser haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse?**

Nicht relevant

**Welche Umweltdaten werden zum Bereich Wasser veröffentlicht?**

Nicht relevant

**Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Bereich Wasser um die Umweltauswirkungen zu reduzieren?**

Nicht relevant

**Welche negativen Umweltwirkungen im Bereich Energie haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse?**

Die negativen Umweltwirkungen bestehen hier vor allem auf der Inputseite. Da HMP Dienstleistungen anbietet und die Mitarbeiter\*innen im Home-Office tätig sind, fällt vor allem Energie für Strom und Heizung in den jeweiligen Büros an. Auf der Outputseite betrifft dies vor allem die Website, die "klimaneutral" gehostet wird.

**Welche Umweltdaten werden zum Bereich Energie veröffentlicht?**

Siehe oben

**Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Bereich Energie um die Umweltauswirkungen zu reduzieren?**

Im Rahmen ihres Engagemtes für eine sozial-ökologische Wirtschaft tun die Mitarbeiter\*innen ihr bestes um auch den eigenen ökologischen Fußabdruck zu reduzieren, indem sie z.B. auf maßvolle Nutzung von Strom und Heizung achten oder beim Bezug von Strom auf die Nutzung von Öko-Strom achten.

**Welche negativen Umweltwirkungen im Bereich Mobilität haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse?**

Bei HMP fallen teilweise Dienstreisen an. Für diese werden innerstädtisch Fahrrad, Fußwege oder ÖPNV genutzt. Für Fernreisen wird die Bahn genutzt. Für den Berichtszeitraum fielen insgesamt etwa 54.000 Reisekilometer an, was einem Verbrauch von ca. 2 t CO<sub>2</sub> entspricht. Flugreisen werden nicht in Anspruch genommen. Da alle Mitarbeiter\*innen im Home-Office tätig sind, fallen tägliche Fahrtwege ins Büro weg.

**Welche Umweltdaten werden zum Bereich Mobilität veröffentlicht?**

Die geschätzten Reisekilometer und deren CO<sub>2</sub>-Emissionen werden im Rahmen der Gemeinwohl-Bilanzen veröffentlicht.

**Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Bereich Mobilität um die Umweltauswirkungen zu reduzieren?**

Weiterhin auf die Verkehrsmittel ÖPNV, Fahrrad und Bahn setzen oder wenn es die Entfernung innerstädtisch zulässt, zu Fuß gehen. Keine Flugreisen in Anspruch nehmen. Die verursachten CO<sub>2</sub>-Emissionen werden zu einem großen Teil mit einem Offset von 30 (2018) bzw 60 Tonnen (2019) Emissionsrechten bei der Atmosfair GmbH kompensiert.

**Welche negativen Umweltwirkungen im Bereich Transport haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse?**

Siehe oben

**Welche Umweltdaten werden zum Bereich Transport veröffentlicht?**

Siehe Tabelle

**Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Bereich Transport um die Umweltauswirkungen zu reduzieren?**

Siehe oben.

**Kann das Unternehmen bestätigen, dass es nicht gegen Umweltauflagen verstößt bzw. die Umwelt nicht unangemessen belastet? Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten (E3.3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen)**

Das Unternehmen verstößt nicht gegen Umweltauflagen und belastet die Umwelt auch nicht unangemessen.

## E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung



Einstufung: 6 (Erfahren) // Externe Bewertung: 5 (Erfahren)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Beitritt zur Initiative "Transparente Zivilgesellschaft" (Veröffentlichung wichtiger Informationen auf der Website, wie z.B. Satzung usw.), damit dies auch für die Öffentlichkeit transparent gemacht wird

Transparenz des Gemeinwohl-/ Nachhaltigkeitsberichts	100 %
Anteil der Entscheidungen unter Einbeziehung der Berührungsgruppen	67 %

### GWÖ Berichts-Fragen

#### Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst?

Öffentliche Rechenschaft und Transparenz sind Grundüberzeugungen von HMP, deshalb erstellen neben wir mit dem Zeitraum 2018/2019 bereits die dritte Gemeinwohl-Bilanz. Die Gemeinwohl-Bilanz ist auch die aussagekräftigste der vorhandenen Berichtsformen. Die GWÖ-Berichte werden auditiert und auf der Website veröffentlicht. Im Austausch mit Organisationen und Bürger\*innen verweisen wir auf diese.

Neben der Gemeinwohl-Bilanz erstellen wir außerdem Berichte nach dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) und einen Bericht "Communication of Progress" (CoP) gemäß der Mitgliedschaft im Deutschen Global Compact Netzwerk. Diese werden auf der Website der jeweiligen Organisation veröffentlicht.

#### In welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation)?

HMP erstellt und veröffentlicht alle zwei Jahre eine Gemeinwohl-Bilanz. Der Gemeinwohl-Bericht für den Zeitraum 2016/2017 findet sich auf der Website von hmp sowie auf [www.ecogood.org](http://www.ecogood.org).

Als Mitglied des United Nations Global Compact Netzwerks veröffentlicht hmp eine „Communication on Engagement“. Siehe Bericht aus dem Jahr 2019:

[https://www.hm-practices.org/wp-content/uploads/2020/01/Communication\\_Of\\_Progress\\_2017\\_im\\_DGCN.pdf](https://www.hm-practices.org/wp-content/uploads/2020/01/Communication_Of_Progress_2017_im_DGCN.pdf)

Deutscher Nachhaltigkeits-Kodex (DNK):

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

#### Wie können BürgerInnen in Dialog treten und sich an einem offenen, macht- und sanktionsfreien Argumentationsaustausch beteiligen?

Die wesentlichen Projekte, die Forschungsarbeiten sowie die Informationen zur Konferenz für Unternehmen der GWÖ, sind publiziert.

Interessierte Menschen haben auf der Website die Möglichkeit einer 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.

Diskussionen finden tatsächlich mit ähnlich motivierten Kolleg\*innen und Unternehmensvertreter\*innen statt. Diese Diskussionen werden nicht dokumentiert, fließen aber als Feedback und Impulse für Verbesserungen in die Geschäftspraxis ein.

Für die Anerkennung der Gemeinnützigkeit durch das Finanzamt 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. Der Tätigkeitsbericht ist auch die Grundlage für die Förderung durch die Stiftungsmittel der GLS Treuhand.

**Kann das Unternehmen bestätigen, dass es keine falschen Informationen über das Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene verbreitet? Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten (Indikator E4.3 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation).**

HMP verbreitet keine falschen Informationen über das Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene.

## Ausblick

### Kurzfristige Ziele

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

Ab 2021 geht ein GWÖ-Netzwerk an den Start, das mit öffentlichen Zuschüssen gefördert wird und den Netzwerk-Unternehmen eine gute Basis gibt, ihre Kräfte zu koppeln und zu verstärken. HMP hat die Gründung dieses Netzwerks maßgeblich initiiert. Der HMP GF ist auch GF dieses neuen Netzwerks und nimmt dadurch einen verbesserten Einfluss im Kontext der regionalen Wirtschaft wahr.

Das Netzwerk wird den GWÖ-Unternehmen eine intensivere Zusammenarbeit ermöglichen und die Ziele der GWÖ unterstützen.

Weiterhin wird HMP im regionalen Berlin-Brandenburger Raum und im EU-Kontext an der Weiterentwicklung der Berichterstattung der Unternehmens-Ethik mitwirken. Das wird mit der Erstellung von GWÖ-Bilanzen und mit der Kommentierung von Gesetzes-Initiativen umgesetzt werden.

### Langfristige Ziele

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

HMP verfolgt nur kurzfristige Ziele, die einen Zeitraum von 3 Jahren umfassen.

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

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

- Beschreibung des Geschäftsmodells. Was ist der Zweck des Unternehmens, womit wird Nutzen gestiftet für Kunden, wodurch werden Gewinne erwirtschaftet.

- Welche Politiken verfolgt das Unternehmen, um die Einhaltung der gebotenen Sorgfalt in Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelangen, zur Achtung der Menschenrechte und zur Bekämpfung von Korruption zu gewährleisten?
- Was sind die primären Risiken der Geschäftsprozesse in diesen Bereichen?
- Was sind die primären Risiken der Geschäftsbeziehungen, Produkte und Dienstleistungen in diesen Bereichen?
- Wie werden diese Risiken gehandhabt? Mit welchen Ergebnissen?
- Offenlegung relevanter nicht-finanzieller Leistungsindikatoren

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

## **Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz**

Matthias Kasper, Referent für gemeinwohlorientierte Organisationsberatung

Gerd Hofielen, Geschäftsführer

Kerstin Meyer, GWÖ-Referentin

Der Bericht wurde in einer ersten Version von Matthias Kasper erstellt. Ein wesentlicher Bestandteil der Erstellung waren regelmäßige Feedback-Sessions mit Gerd Hofielen. Als Tool der Datenerfassung, Analyse und Auswertung wurde der Impact Compass (siehe z.B. <https://forumtomorrow.at/impact-compass/>) genutzt.

Durch die Vorarbeit am letzten Bericht (Vollbilanz), an dem Kerstin Meyer wesentlich beteiligt war, konnten z.B. Vorlagen für die Erstellung der Lieferant\*innen-Übersicht u.ä. genutzt werden, was die Erstellung des aktuellen Berichts wesentlich erleichterte.

Im Rahmen dieses Berichts wurde zum ersten Mal eine Berichterstattung zu den Sustainable Development Goals (SDGs) integriert. Diese basiert auf dem Ansatz des Leitfadens "Punkten fürs Gemeinwohl und die SDGs" (Vgl. <https://gwoe.17plus.org/>), siehe auch SDG-Annex.

Der Aufwand für die Berichterstellung betrug in etwa 120 Stunden.

## SDG-Annex

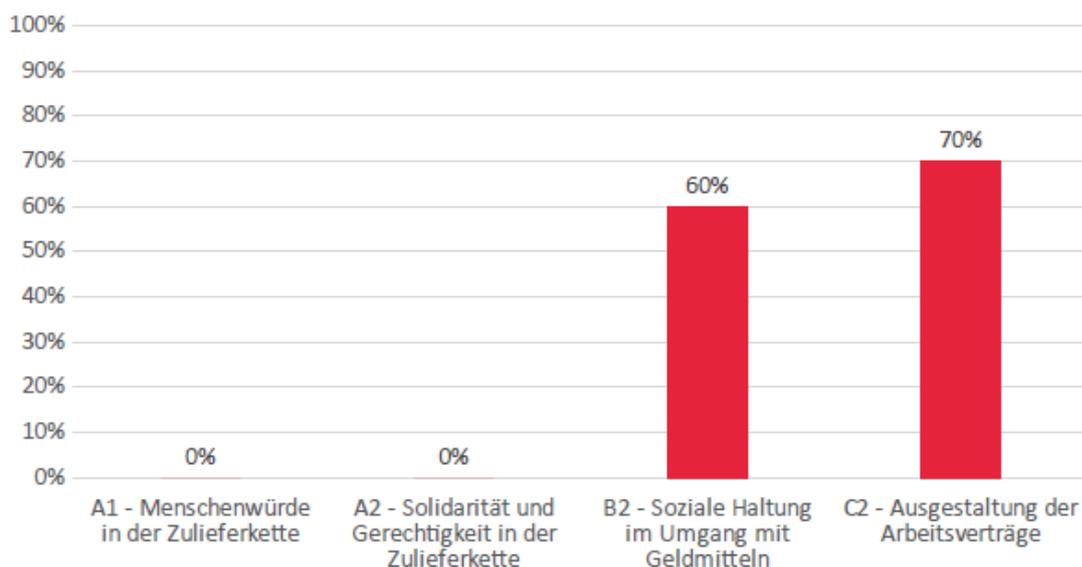
Die integrierte Berichterstattung zu den SDGs umfasst in diesem Bericht zwei Perspektiven. Erstens werden für jedes Gemeinwohl-Thema die SDGs aufgeführt, die aus unserer Sicht durch Maßnahmen in diesem Thema adressiert werden (siehe z.B. SDGs-Icons in Gemeinwohl-Thema A1). Zweitens werden im SDG-Annex die Wirkungen von HMP auf die verschiedenen SDGs dargestellt. Die Grundlage für diese Wirkungsdarstellung bilden die Bewertungen der Gemeinwohl-Themen auf Basis des externen Audits, die aus unserer Sicht auf die jeweiligen SDGs "einzahlen". Es muss dabei erwähnt werden, dass es sich dabei nicht um eine präzise "Wirkungsmessung" im engen Sinne handelt, sondern eher um eine Annäherung, die unseren Beitrag zu den SDGs einschätzbar und nachvollziehbar machen soll.

Weitere Informationen zur Vorgehensweise, siehe Leitfaden "Punkten fürs Gemeinwohl und die SDGs", siehe auch: <https://gwoe.17plus.org/>



**Armut in allen ihren Formen und überall beenden.**

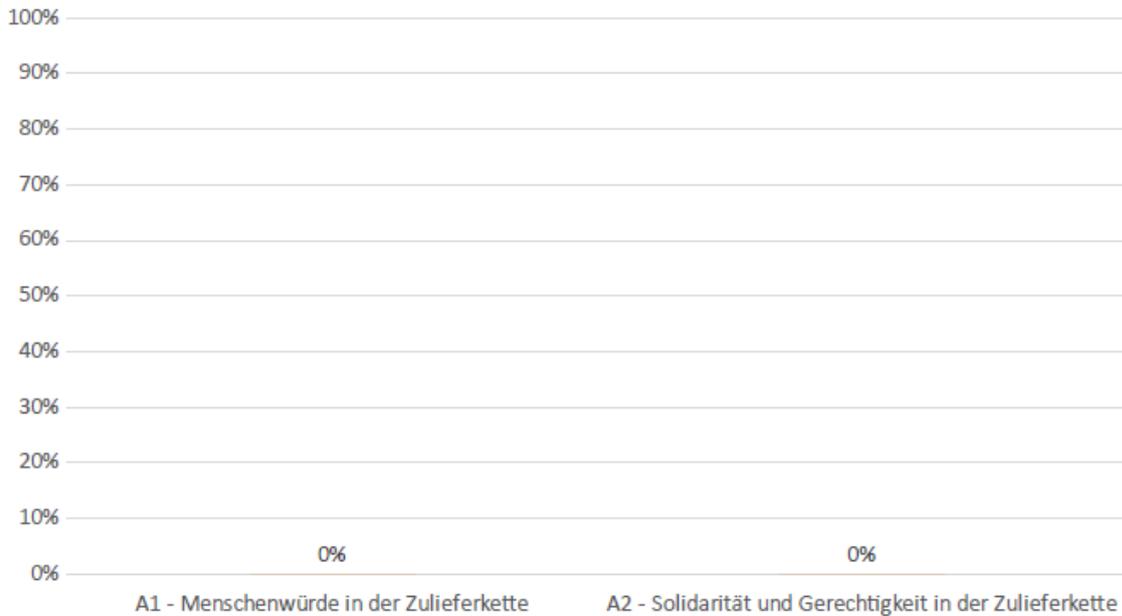
### Wirkungen von HMP auf SDG 1





**Den Hunger beenden, Ernährungssicherheit und eine bessere Ernährung erreichen und eine nachhaltige Landwirtschaft fördern.**

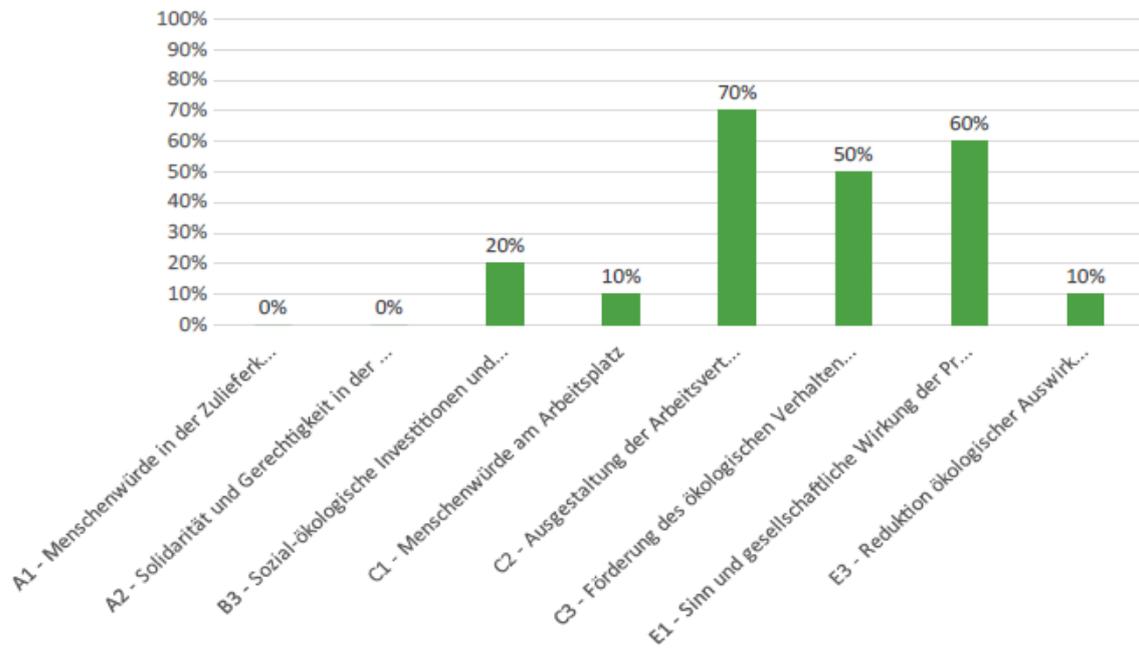
**Wirkungen von HMP auf SDG 2**





**Ein gesundes Leben für alle Menschen jeden Alters gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern.**

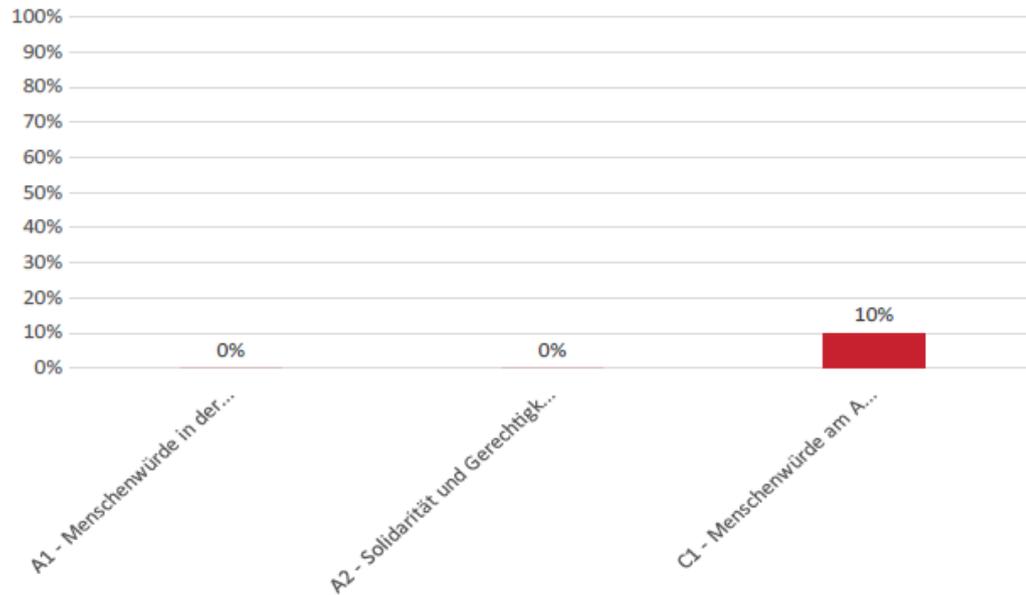
### Wirkungen von HMP auf SDG 3





**Inklusive, gleichberechtigte und hochwertige Bildung gewährleisten und Möglichkeiten lebenslangen Lernens für Alle fördern.**

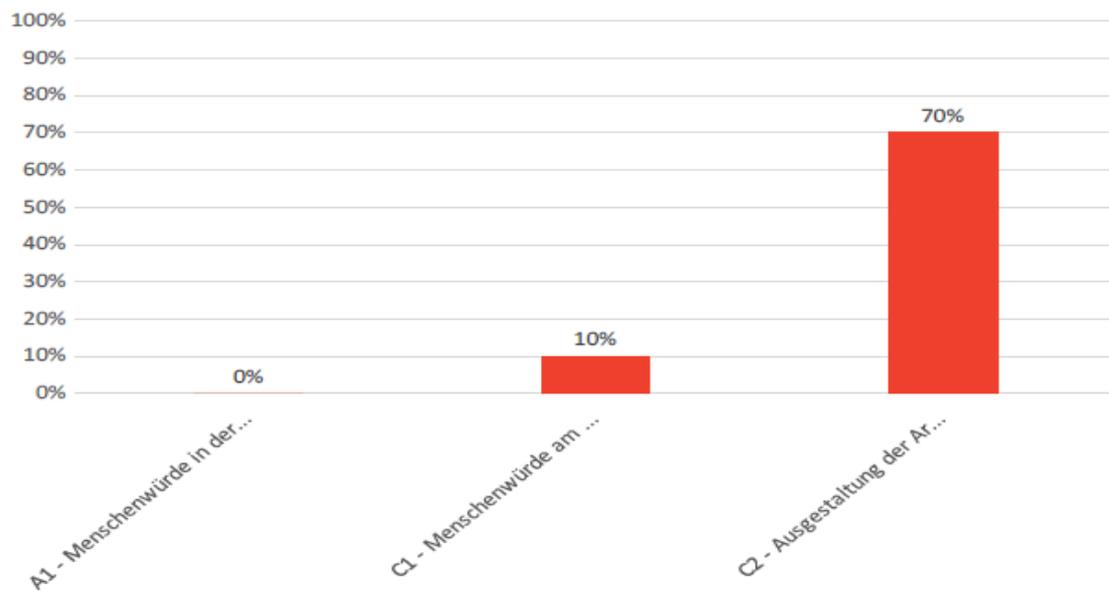
### Wirkungen von HMP auf SDG 4





**Geschlechtergleichstellung erreichen und alle Frauen und Mädchen zur Selbstbestimmung befähigen.**

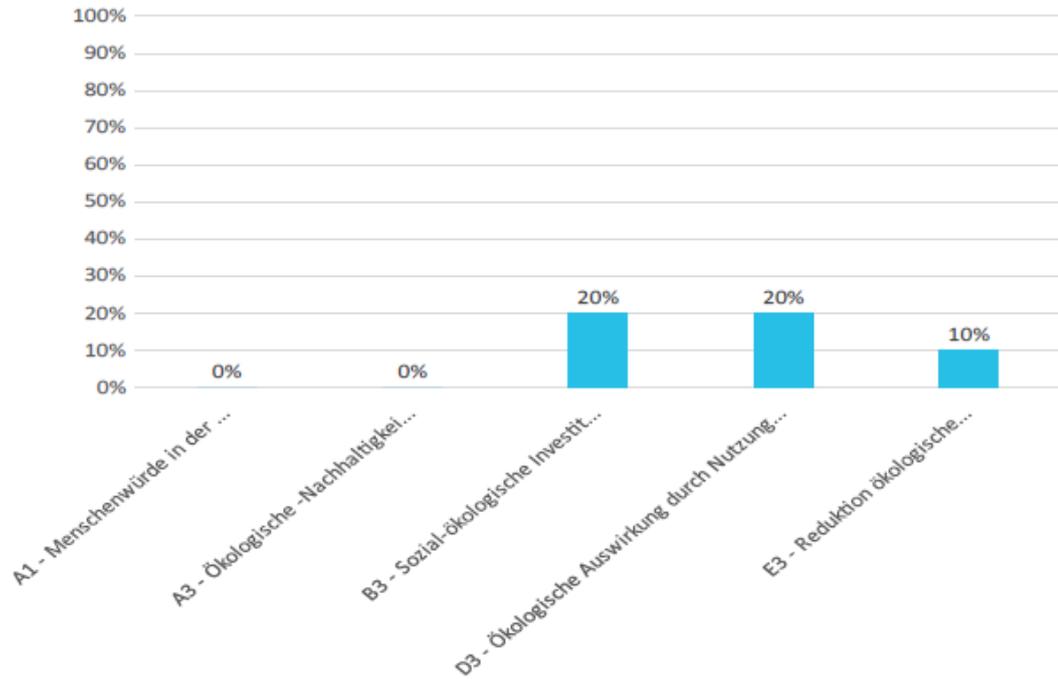
### Wirkungen von HMP auf SDG 5





**Verfügbarkeit und nachhaltige Bewirtschaftung von Wasser und Sanitärversorgung für Alle gewährleisten.**

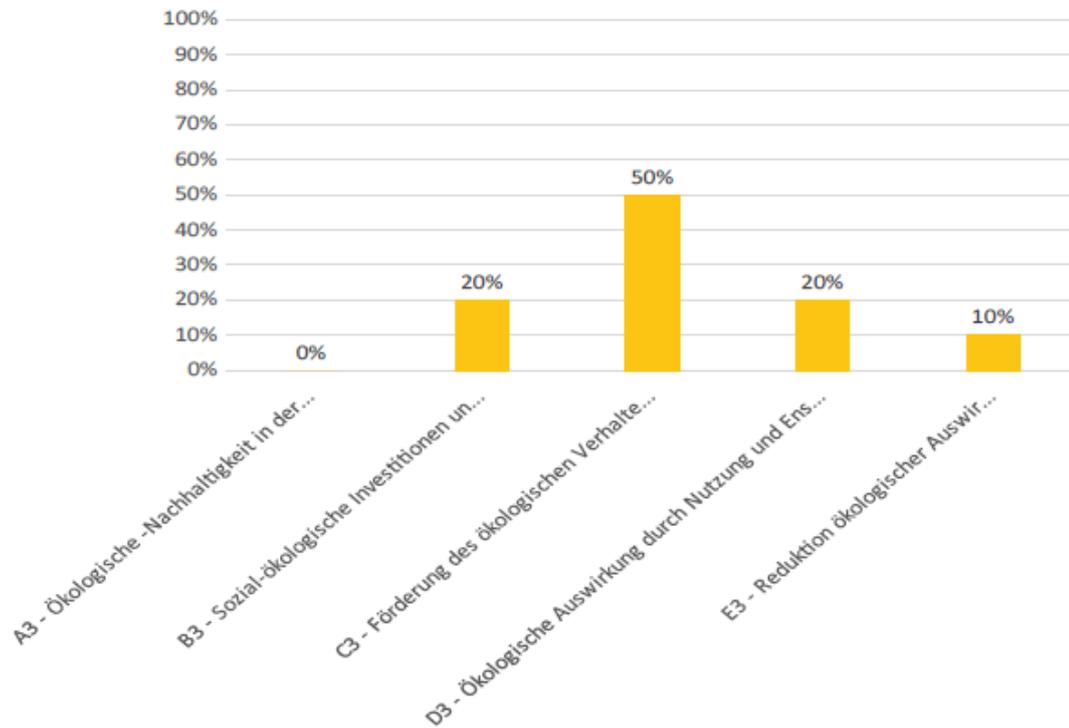
**Wirkungen von HMP auf SDG 6**





**Zugang zu bezahlbarer, verllässlicher, nachhaltiger und moderner Energie für Alle sichern.**

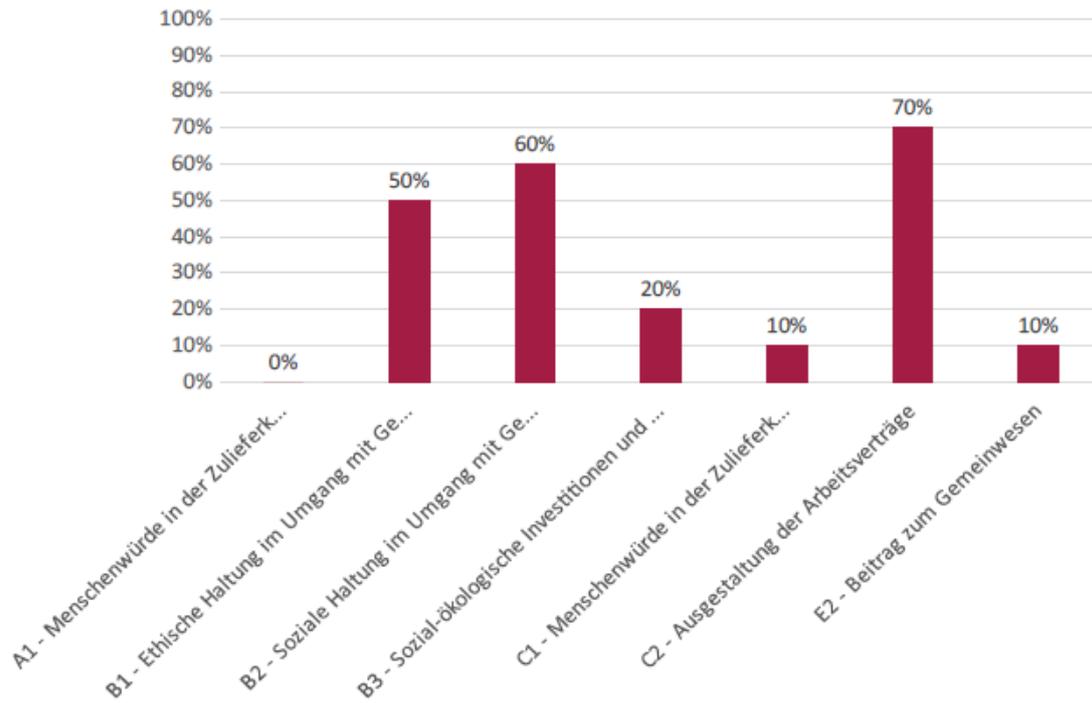
### Wirkungen von HMP auf SDG 7





**Dauerhaftes, breitenwirksames und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für Alle fördern.**

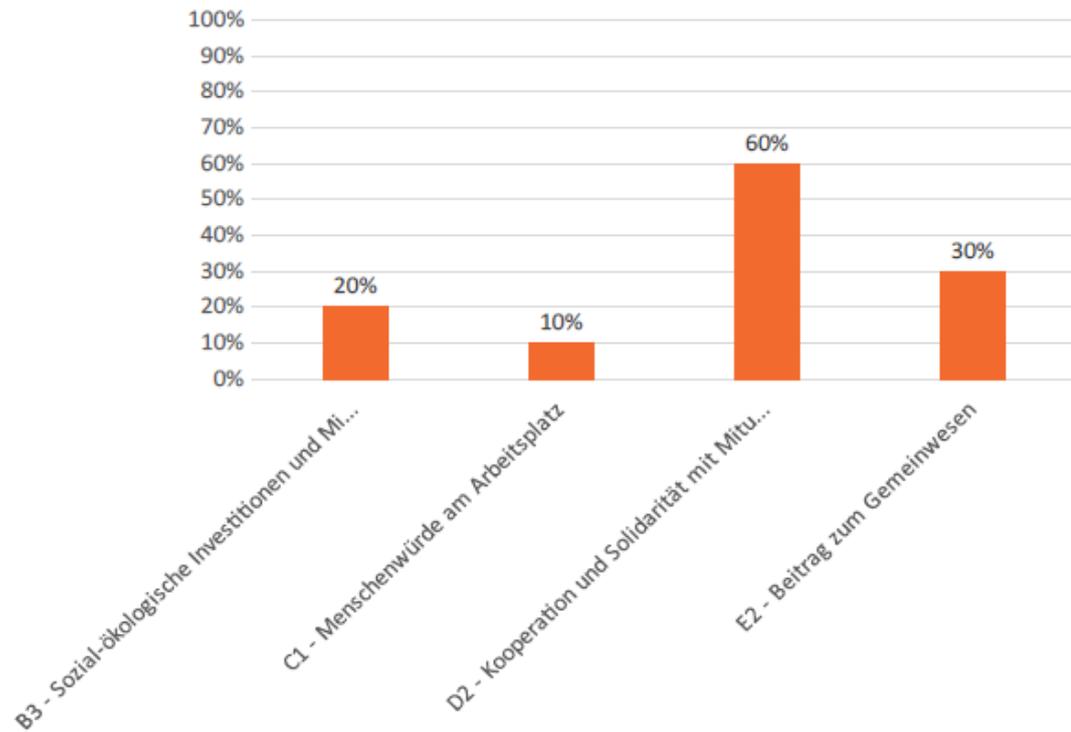
### Wirkungen von HMP auf SDG 8





**Widerstandsfähige Infrastruktur aufbauen,  
breitenwirksame und nachhaltige  
Industrialisierung fördern und Innovationen  
unterstützen.**

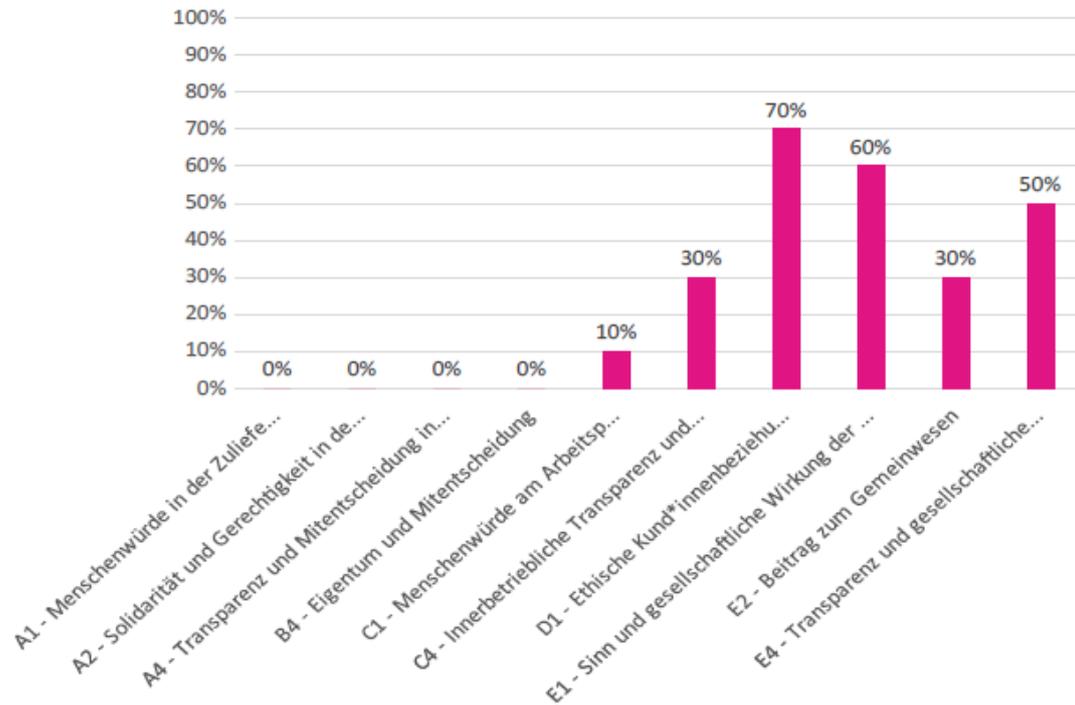
### Wirkungen von HMP auf SDG 9





## Ungleichheit in und zwischen Ländern verringern.

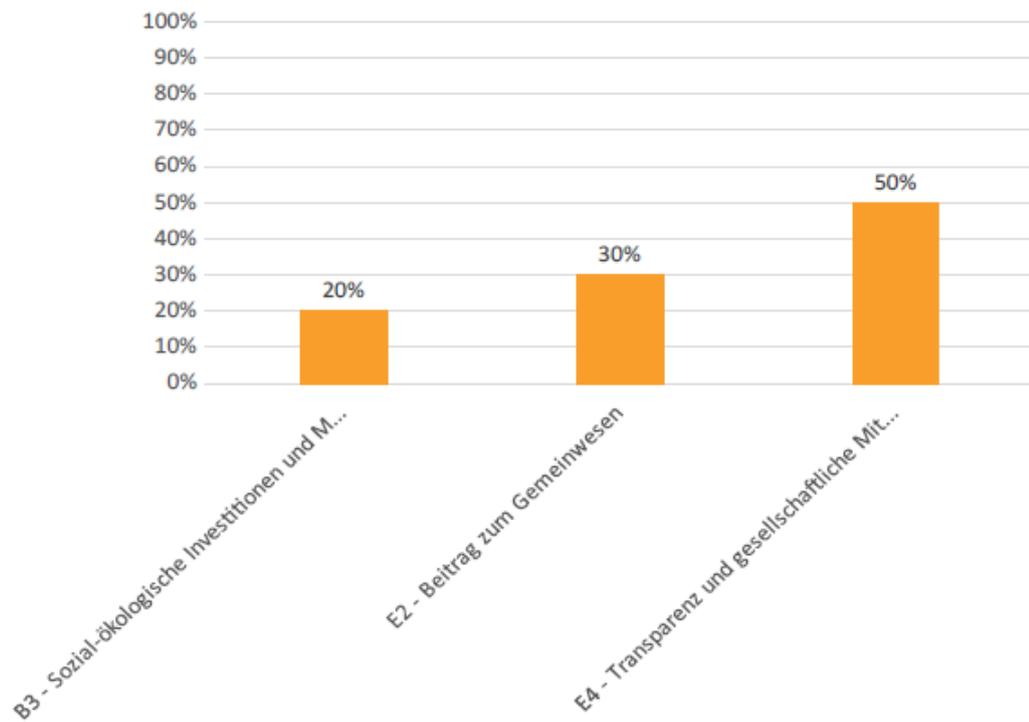
### Wirkungen von HMP auf SDG 10





## Städte und Siedlungen inklusiv, sicher, widerstandsfähig und nachhaltig gestalten.

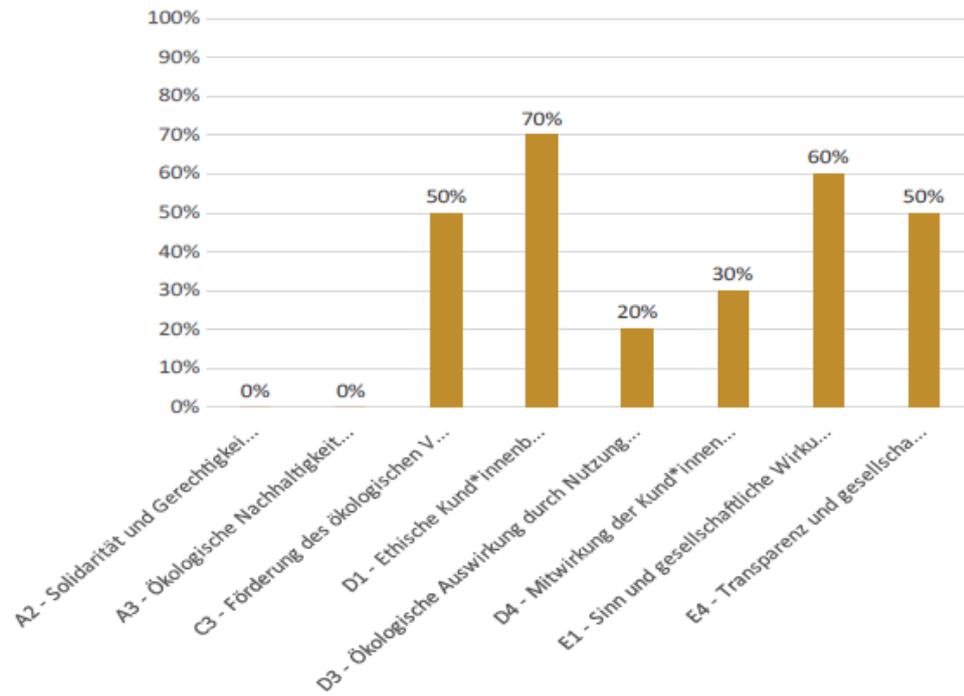
### Wirkungen von HMP auf SDG 11





## Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen.

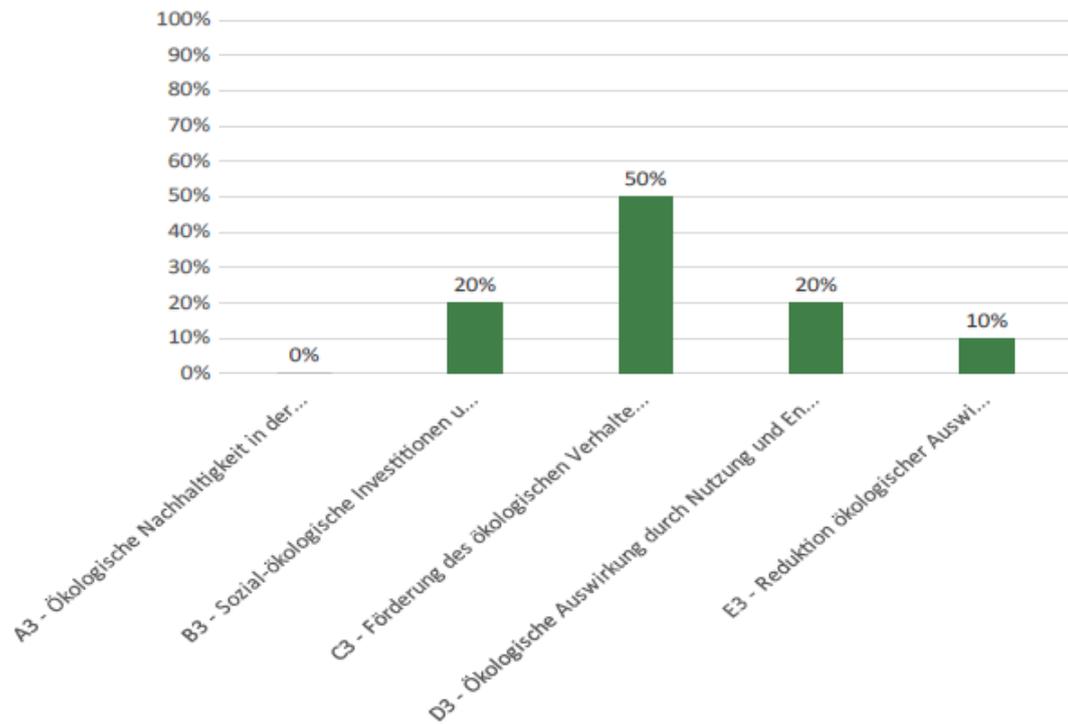
### Wirkungen von HMP auf SDG 12





**Umgehend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seinen Auswirkungen ergreifen.**

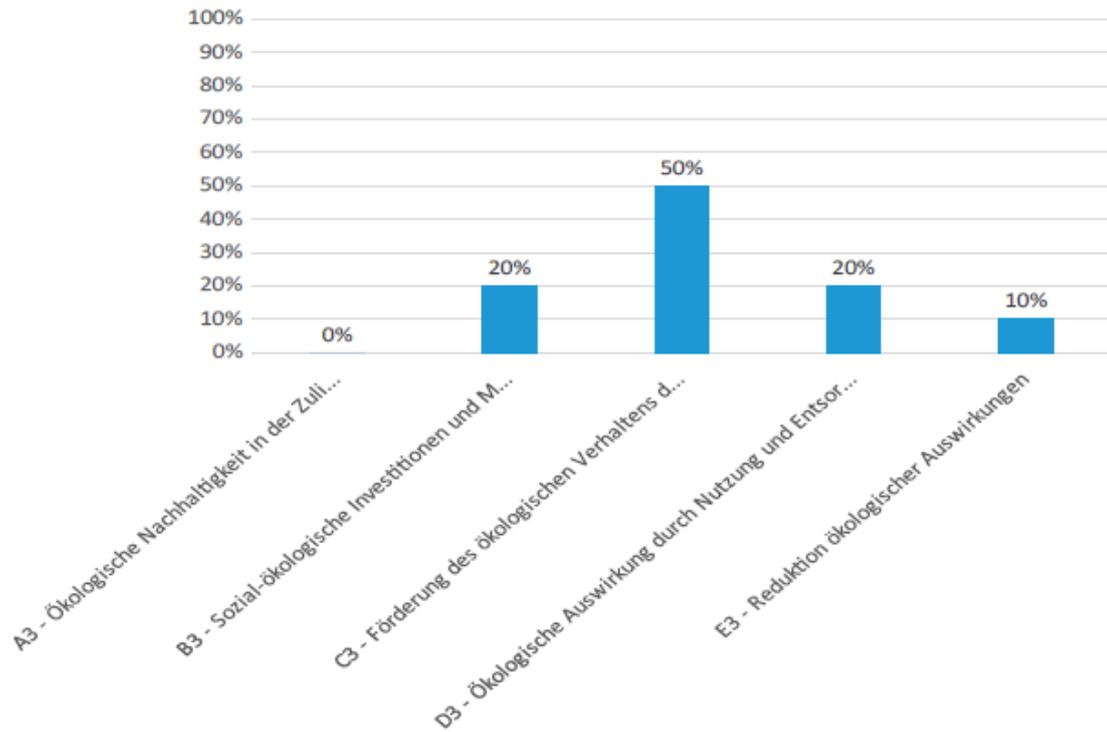
### Wirkungen von HMP auf SDG 13





## Ozeane, Meere und Meeresressourcen im Sinne nachhaltiger Entwicklung erhalten und nachhaltig nutzen.

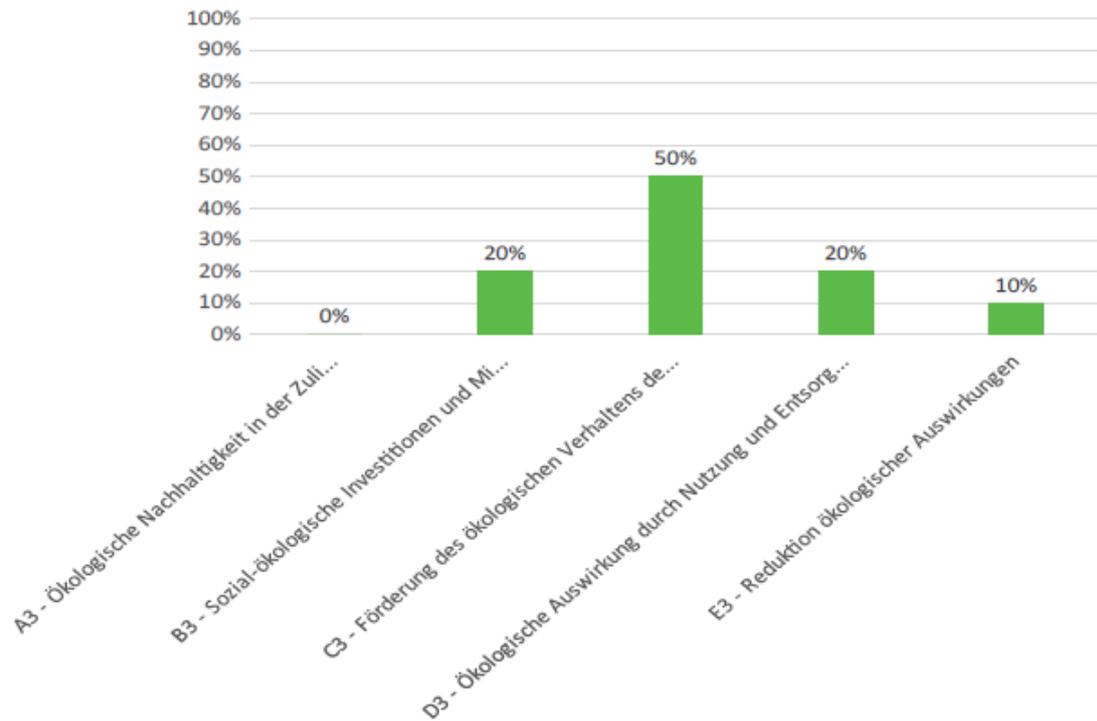
### Wirkungen von HMP auf SDG 14





**Landökosysteme schützen, wiederherstellen und ihre nachhaltige Nutzung fördern, Wälder nachhaltig bewirtschaften, Wüstenbildung bekämpfen, Bodendegradation beenden und umkehren und dem Verlust der biologischen Vielfalt ein Ende setzen.**

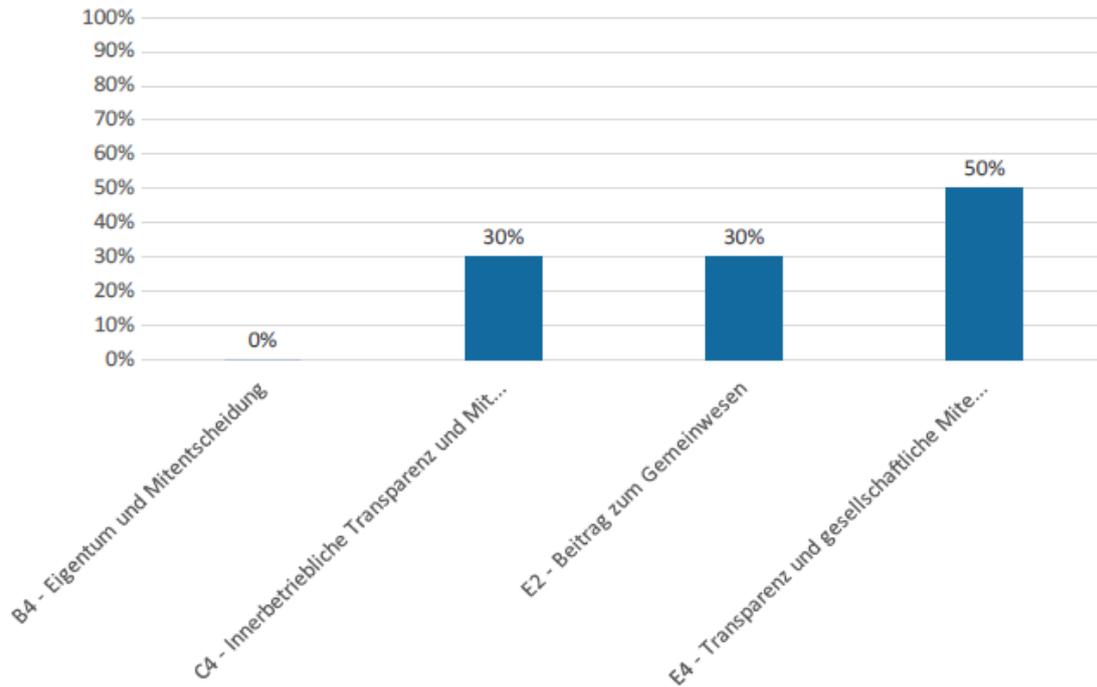
### Wirkungen von HMP auf SDG 15





**Friedliche und inclusive Gesellschaften für eine nachhaltige Entwicklung fördern, allen Menschen Zugang zur Justiz ermöglichen und leistungsfähige, rechenschaftspflichtige und inclusive Institutionen auf allen Ebenen fördern.**

### Wirkungen von HMP auf SDG 16





**Umsetzungsmittel stärken und die globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung mit neuem Leben erfüllen.**

### Wirkungen von HMP auf SDG 17

