



«Zukunftsfähigkeit» – eine nachhaltige und ethische Wirtschaft sind möglich

www.cmpartners.ch



GEMEINWOHL-BERICHT Kompaktbilanz 5.0



Willkommen

www.cmpartners.ch



bei der **CMP Competent Management Partnes AG** mit Sitz im Kanton Zug/Schweiz

Unternehmen stehen vor grossen Herausforderungen. Digitalisierung/Industrie 4.0, faire Wirtschaft, Ressourcen- & Klimaschutz, Vernetzung sowie hohe emotionale Bindung & Identifikation der Mitarbeiter sind relevante Erfolgsfaktoren.

Unser Mission: **Zukunftsfähigkeit von Unternehmen & Gesellschaft**

CMP AG: Ihre ganzheitliche Unternehmensberatung für Strategie, Veränderungs-Prozesse, Organisations-Entwicklung, Coaching und Nachhaltigkeit.

Wir verstehen uns als Berater/Begleiter und Impulsgeber für

Zukunftsfähigkeit und verantwortungsbewusste Unternehmen

(1) Sinn-orientierte Unternehmen und strategische Weiterentwicklung
Mission, Vision, Strategie, Geschäftsmodelle, Kundenorientierung, Werte, Kooperation, Struktur, Transformation, Messbarkeit, ...

(2) «Gute» Produkte und Dienstleistungen
Marketing 3.0, Industrie 4.0, Circular Economy, Lieferkette, Nachhaltigkeit, Prozesse & operative Exzellenz, ...



INHALTE

	Seite		Seiten
Allgemeine Informationen zum Unternehmen	2	Bericht zu den 20 Kriterien A1-A4 (Lieferant*innen)	11-15
Kurzpräsentation des Unternehmens – inkl. Produkte / Dienstleistungen	2	B1-B4 (Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen)	15-18
Das Unternehmen und das Gemeinwohl	3	C1-C4 (Mitarbeitende)	18-22
Bewertung Kompakt-Bilanz (Audit)	5	D1-D4 (Kund*innen und Mitunternehmen)	23-27
Ausblick mit Kurz- und Langfristzielen	7	E1-E2 (Gesellschaftliches Umfeld)	27-33
Umweltauswirkungen und CO2-Fussabdruck	9	EU-Konformität	34
Bedeutung der UN Entwicklungsziele für die CMP AG	10	Beschreibung des Prozesses	34

ALLGEMEINE INFORMATIONEN ZUM UNTERNEHMEN

Firmenname: **CMP Competent Management Partners AG**

Rechtsform: Aktiengesellschaft

Website: www.cmpartners.ch

Branche: Unternehmensberatung (Organisationsentwicklung und Nachhaltigkeit)

Anzahl der Mitarbeitenden: 3 (FTE 2)

Verwaltungsrat/Geschäftsführerin und 100% Aktionärin: Verena Nacke

Umsatzgrösse: < 250'000 CHF

Firmensitz: Huobstrasse 25, CH-6333 Hünenberg See

Verbundenen Unternehmen: keine

Berichtszeitraum: 2018/19 (dritter Bericht als Kompaktbilanz nunmehr auf Basis Matrix 5.0). Für den Zeitraum 2015/16 gibt es eine auditierte Gemeinwohl-Bilanz Matrix 4.1. Das Zertifikat war gültig bis 31.10.2019. Der Erstbericht wurde im Rahmen der Peergruppe Luzern 2015 für den Berichtszeitraum 2014 erstellt.



Creative-Commons-Lizenz: Dieses Material steht unter der Creative-Commons-Lizenz Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International. Um eine Kopie dieser Lizenz zu sehen, besuchen Sie <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

KURZPRÄSENTATION DES UNTERNEHMENS – INKL. PRODUKTE / DIENSTLEISTUNGEN

Die CMP AG wurde im Sommer 2006 gegründet. Die Gesellschaft berät und begleitet Unternehmen und Organisationen in den Themen „Zukunftsfähigkeit und verantwortungsbewusste Unternehmen“ (siehe nachstehende Auflistung).

Zukunftsfähigkeit und verantwortungsbewusste Unternehmen

(1) Sinn-orientierte Unternehmen und strategische Weiterentwicklung

Mission, Vision, Strategie, Geschäftsmodelle, Kundenorientierung, Werte, Kooperation, Struktur, Transformation, Messbarkeit, ...

(2) «Gute» Produkte und Dienstleistungen

Marketing 3.0, Industrie 4.0, Circular Economy, Lieferkette, Nachhaltigkeit, Prozesse & operative Exzellenz, ...

(3) Unternehmenskultur und Führung

Menschen & Identifikation, Beziehungen, Kultur, Kommunikation, Kompetenzen, Human Resources, Achtsamkeit, Bildung, ...

(4) Nachhaltigkeits-Management und -Berichterstattung

- Handlungsfelder, Vorteile & Zielkonflikte, Stakeholder-Dialog, Nachhaltigkeits-Reporting, -Implementierung, -Strategie, -Organisation und -Kommunikation, ...

Hintergrund der beiden Senior-Berater sind Industrieerfahrung in Konzernen und im KMU-Bereich sowie in der Beratung für wesentliche Strategie- & Veränderungs-Prozesse, Kunden-Orientierung, Marketing und Vertrieb. Seit 2014 liegt der Fokus des Senior-Beraters Dr. Ralf Nacke auf unternehmerischer Nachhaltigkeit und Kultur-/Organisationsentwicklung. Die CMP AG kooperierte im Zeitraum 2014 bis Ende 2017 mit Terra Institute in Brixen (www.terra-institute.eu) und trat damals in allen Nachhaltigkeits-

und Organisationsentwicklungs-Projekten in der Schweiz als **Terra Institute Schweiz** auf (s. 2. Gemeinwohl-Bericht 2014/15).



Die Beratungsschwerpunkte der CMP werden auf www.cmpartners.ch dargestellt. Über die Beratung hinaus werden Unternehmen über Coaching sowie gruppendynamische Prozesse und Führungs-/ Mitarbeiter-Trainings (z.B. Effective MEMO Writing) unterstützt. Nicht auf der Webseite abgebildet wird „Beratung Hausverwaltung“, eine Projektstätigkeit, die von Verena Nacke wahrgenommen wird.

Die CMP AG engagiert sich intensiv für die Gemeinwohl-Ökonomie in der Schweiz und begleitet Unternehmen und Organisationen in der Erstellung von Gemeinwohl-Bilanzen sowie bei der Umsetzung der SDGs (17 UN Entwicklungsziele für Nachhaltigkeit). Auch andere Nachhaltigkeitsstandards (DNK Deutscher Nachhaltigkeitskodex, GRI Global Reporting Initiative, UN Global Compact, ISO 26000, ...) werden unterstützt. Sehr erfolgreich ist ein Ansatz für KMUs, mehrere Unternehmen bzw. Organisationen in einer regionalen «Peergruppe» zusammenzubringen und dabei den Prozess der Gemeinwohl-Bilanz-Erstellung sowie der „Ausstrahlung“ dieser Teilnehmer intern und extern zu begleiten. Die CMP AG kooperiert in Projekten mit anderen Berater*innen, die sich für Nachhaltigkeit, Organisations-/Kultur-Entwicklung sowie das Gemeinwohl engagieren. Die CMP AG ist auch Mitglied bei öbu – der Verband für nachhaltiges Wirtschaften (www.oebu.ch). In einem Langfristprojekt wird eine Hausverwaltung in Abrechnungsthemen beraten/unterstützt.

Produkte/ Dienstleistungen	Anteil am Umsatz
Nachhaltigkeits-Beratung/Begleitung	25%
Organisations-/Kultur-Entwicklung	15%
Beratung Hausverwaltung	50%
Dozenten-Tätigkeit an Hochschulen	10%

Die Gesellschaft kooperiert auf Projektbasis mit anderen Beratungsgesellschaften und freiberuflichen Berater*innen. Berater der Gesellschaft üben auch Funktionen als Verwaltungsrat und Aufsichtsrat in anderen Gesellschaften aus.

DAS UNTERNEHMEN UND DAS GEMEINWOHL

Beweggrund für die CMP AG, sich für Nachhaltigkeit und die Gemeinwohl-Ökonomie zu engagieren, ist die Überzeugung, dass Unternehmen und die Gesellschaft sich noch intensiver mit den ökologischen und sozialen Nachhaltigkeits-Herausforderungen auseinandersetzen müssen und die CMP-Berater hierfür einen Beitrag leisten können. Ein Ansatz dafür ist u.a. Unternehmen über Vorträge und Workshops

sowie über konkrete Projekte für eine deutliche Reduktion ihres ökologischen Fussabdrucks (aktive Klimaschutzbeiträge, u.a. CO₂-Reduktion sowohl im Unternehmen, in der Lieferkette sowie bei den Mitarbeitenden) zu gewinnen.

Die CMP AG und ihre 2 Berater achten bei ihren Beratungs-Projekten darauf, dass ihre Mandanten ethisch handeln und nachhaltig ausgerichtet sind. Sie sind von dem Leitbild einer „Lernenden Organisation“ inspiriert und setzen in Beratungsprojekten auf „Bottom-up“ Effekte, um das Wissen und die Initiative des ganzen Systems eines Unternehmens zu mobilisieren. Dazu nutzen sie u.a. gruppendynamische Workshop-/Konferenz-Techniken wie Open Space, Zukunftskonferenz, Wertschätzende Unternehmensentwicklung (AI) und World Café.

Beide Berater engagieren sich ehrenamtlich für gesellschaftliche Projekte und das Gemeinwohl. Frau Verena Nacke hat u.a. vor 19 Jahren das Projekt Kinderdörfer in Litauen www.kinderdoerfer-in-litauen.de initiiert und mit viel Engagement geleitet. Seit Okt. 2013 engagiert sie sich für weibliche Flüchtlinge in Luzern und bietet u.a. für diese über «Yoga for All» (www.yogastudio.ch/yoga-for-all.html) kostenlos Yoga an. Hr. Dr. Ralf Nacke ist seit Sommer 2012 für die Gemeinwohl-Ökonomie Schweiz aktiv und Vorstandsmitglied im Schweizer Verein. Er berät Unternehmen heute fast ausschliesslich nur noch in Nachhaltigkeits- und Organisations-/Kultur-Entwicklungs-Projekten. Er ist zertifizierter GWÖ-Berater und Mitglied im D/A/CH Arbeitskreis Koordination GWÖ-Berater*innen, begleitet Unternehmen/Organisationen bei der Erstellung von Gemeinwohl-Bilanzen – vorwiegend über Peergruppen – und ist als Gast-Dozent an diversen Hochschulen in der Schweiz sowie auch in D-Ravensburg für die Nachhaltigkeits-Themen aktiv.

Diese Kompaktbilanz (Matrix 5.0) ist der 3. Gemeinwohl-Bericht der CMP AG. In 2017 wurde der 2. Bericht (Matrix 4.1) für den Berichtszeitraum 2016 erstellt und auditiert. Das Zertifikat war gültig bis zum 31.10. 2019 («Erfahren» - 546 Punkte). Für den Zeitraum 2014 wurde die erste Gemeinwohlbilanz erstellt – im Rahmen einer Peergruppe in Luzern, die von Dr. Nacke geleitet wurde. Ansprechpartner: Ralf Nacke, r.nacke@cmpartners.ch und ralf.nacke@gwoe.ch.

BEWERTUNG KOMPAKTBILANZ



GEMEINWOHL
ÖKONOMIE 
 Ein Wirtschaftsmodell
 mit Zukunft

Bilanzierendes
 Unternehmen
 mit externem Audit

Testat: **Externes Audit** **Gemeinwohl-Bilanz** für **CMP Competent Management Partners AG**

**M5.0
 Kompaktbilanz**

2018-2019

Auditor*In:
Gitta Walchner

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berührungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 30 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 10 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 30 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 20 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 20 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: ./.	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 60 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 30 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 70 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 70 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 60 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 60 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 80 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 50 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 50 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 60 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 60 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 40 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 50 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 50 %

Testat gültig bis:
**31. Dezember
 2021**

**BILANZSUMME:
 521**

iesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. TestatID: ruy6c
 re Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf www.ecogood.org

Die CMP AG kommt für den Berichtszeitraum 2018/19 insgesamt auf 521 Punkte (gem. Auditbericht / vs. Eigeneinschätzung 560 Punkte), d.h. «Erfahren» in Bezug auf die meisten Kriterien und Ziele der Gemeinwohl-Ökonomie. Zum Vergleich die Bewertungen 2014 (509 Punkte) und 2016 (546 Punkte) jeweils nach der Matrix 4.1. Wir sind bereits seit 2012 ein GWÖ-Unternehmen und engagiert in der Nachhaltigkeits- und Social-Business-Branche. Wir wollen Vorreiter*in und Pionier*in für andere sein und Inspirationen geben für andere ethisch ausgerichtete bzw. interessierte Betriebe.

Management-Summary der Auditorin Gitta Walchner (kursiv):

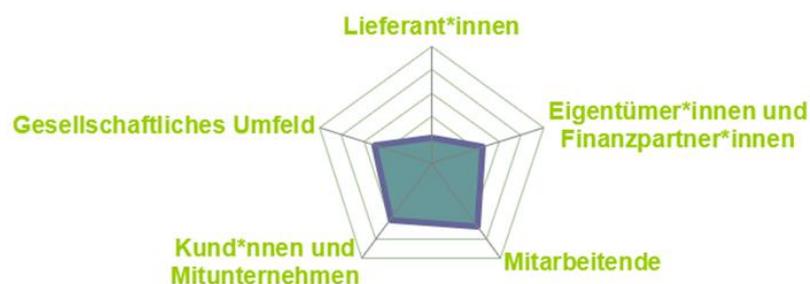
Die CMP AG hat zum dritten Mal einen Gemeinwohlbericht erstellt und zeigt damit ihre kontinuierliche und konsequente Ausrichtung auf gemeinwohlorientierte Themen mit dem Schwerpunkt Nachhaltigkeit. Das aktuelle Berichtsformat 5.0 mit seinen deutlich höheren Anforderungen konnte gut bewältigt werden und es musste nur ein geringfügiger Punkterückgang im Vergleich zur vorigen Version 4.1 verbucht werden. Dies zeigt, wie ernsthaft sich das Unternehmen mit den Themen auseinandersetzt.

Zu den einzelnen Themen:

- *Philosophie, Historie und Zweck des Unternehmens sind zu Beginn des Berichts ausführlich dargestellt, ebenso wie der extern erstellte Fußabdruck. In Bezug auf die Berührungsgruppen ist das Unternehmen insbesondere in den Bereichen Arbeit und Umgang mit Kund*innen erfahren bis vorbildlich aufgestellt.*
- *Im Bereich der Beschaffung gibt es noch das meiste Potential nach oben. Die sozialökologischen Probleme in den Lieferketten sind zwar bekannt, als Kleinunternehmen sind jedoch die Möglichkeiten zur Einflussnahme eher begrenzt.*
- *Das Unternehmen hat genügend Rücklagen und ist finanziell unabhängig. Investitionen können aus den laufenden Einnahmen bewältigt werden.*
- *Die gesellschaftlichen Auswirkungen der eigenen Tätigkeit haben eine herausragende Bedeutung und das Unternehmen engagiert sich stark, an Verbesserungen mitzuwirken. Hier ist besonders die Entwicklung einer niederschweligen Gemeinwohlabilanzierung für Kleinunternehmen zu nennen.*

Insgesamt sind im überwiegenden Bereich der Themen kontinuierliche Verbesserungsprozesse zu erkennen. Eigenbewertung/Abschlussbewertung: Punkte: 564 / 506

Die geringste Bewertung wird in der Berührungsgruppe A Lieferant*innen erreicht (23% von 100%).



Das hat mit dem geringen Impact unseres recht kleinen Einkaufsvolumens zu tun (Bürobedarf, Kfz-Kosten und Reisetätigkeit). Das Kriterium B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln spielte bei der Bewertung keine Rolle, da die CMP AG in 2018 einen kleinen Verlust ausgewiesen hat (Hinweis: in 2019 wird ein Gewinn erwartet, der den Verlust 2018 mehr als kompensiert). Die höchsten Bewertungen konnte in den Bereichen (C) Mitarbeitende und (D) Kund*innen und Mitunternehmen erreicht werden.

BILANZ-ÜBERSICHT		
Lieferant*innen	47 von 208	23 %
Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen	14 von 39	37 %
Mitarbeitende	239 von 364	66 %
Kund*innen und Mitunternehmern	140 von 234	60 %
Gesellschaftliches Umfeld	81 von 156	52 %
SUMME	521 von 1000	52 %

AUSBLICK MIT KURZ- UND LANGFRISTZIELEN

Die CMP AG konnte in den letzten Jahren einiges in der Nachhaltigkeits-Szene erreichen und bewirken – speziell in dem Fokus Bewusstseins-Entwicklung für die Herausforderungen «Zukunftsfähigkeit von Wirtschaft und Gesellschaft» (siehe nachstehende Grafik).

Langfristig setzen wir uns für die Themen «Re:Connect und eine konkrete Neuausrichtung der Schweizer Wirtschaft» ein. Wir wollen ein neues «Narrativ» für die Wirtschaft und deren nützende Funktion für die Gesellschaft entwickeln und die notwendige «Transformation» zu einem Wirtschaftsmodell, das die «Begrenztheit unserer Ressourcen und den Schutz des Planeten und unserer Umwelt akzeptiert» unterstützen.

Zukunftsfähigkeit von Wirtschaft und Gesellschaft

Unser Planet, die Gesellschaft, die Wirtschaft und viele Unternehmen stehen vor **gewaltigen Herausforderungen**

- Klimawandel, Übernutzung der Ressourcen (1,7 Welten), Machtballungen (Grosskonzerne), ausgeuferte Finanzindustrie, Gier/Spekulation/Blasen, Verschuldung, Künstliche Intelligenz (AI), Überwachung, Gentechnik & Biotechnologie, Digitalisierung/ Industrie 4.0, Verteilungsprobleme, demografischer Wandel, veränderte Arbeitsanforderungen, Bildung, Einkommenssicherung, Cyberkriminalität, ...
- Komplexität, Informationsüberflutung, Zeitdruck, Polarisierung, Fake News, schnell steigende Anforderungen, kaum Verantwortungsbewusstsein, Überforderung, ...

Aufgabe: neue Denk- und Lösungsansätze entwickeln und umsetzen, um in der Zukunft ein gutes, würdevolles und enkeltaugliches Leben sichern zu können.



Die rote Wirtschaft ist das heute (noch) dominierende Wirtschaftssystem - Glaube an unbeschränkte Ressourcen und weiteres Wachstum. Dies gilt es zu korrigieren.



Die rote Wirtschaft (Old Economy)

Rot steht hier für Geschwindigkeit, Leidenschaft, Intensität, Aggressivität und den Kampf ums Überleben. «Fressen» oder «Gefressen werden». ...

Kernannahmen:

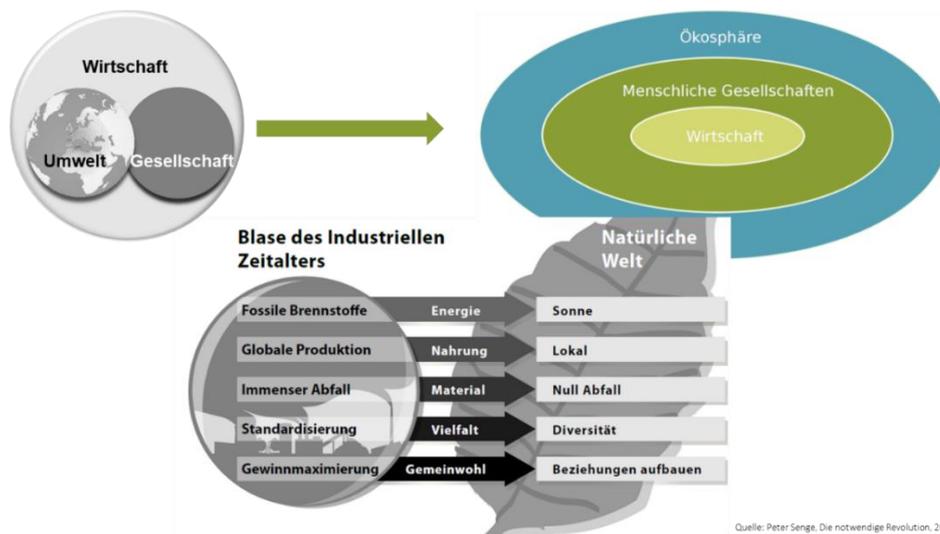
- | | |
|---|---|
| (1) Mehr ist besser | (8) Konkurrenz ist ein Naturgesetz |
| (2) Geld = Erfolg | (9) Menschen brauchen Konkurrenz als Motivator |
| (3) Sich um das Gemeinwohl zu kümmern ist Aufgabe der Politik, nicht der Wirtschaft | (10) Mit sozialen Projekten kann/darf man kein Geld verdienen |
| (4) «Geiz ist geil» | (11) Fressen oder gefressen werden |
| (5) Der Markt regelt sich von selbst | (12) Alles und jeder ist käuflich |
| (6) Konsum macht glücklich | |
| (7) Mein Wert bemisst sich nach meinem Erfolg | |

Quelle: Sustainable Companies – Wie Sie den Aufbruch zum Unternehmen der Zukunft wirksam gestalten, E. Oberleiter, H.U. Streit, G. Keifer, Terra Institute, 2016

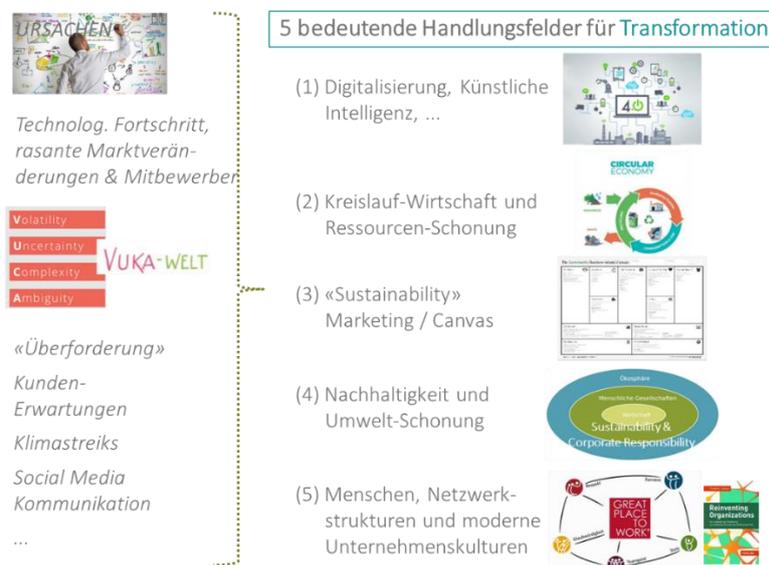
Als CMP AG setzen wir uns im Sinne der Gemeinwohl-Ökonomie ein für:

- (1) Werte- und Sinn-Orientierung: (1) Menschenwürde, (2) Solidarität & Gerechtigkeit, (3) Ökologische Nachhaltigkeit, (4) Transparenz & Mitentscheidung - in Wirtschaft und Gesellschaft
- (2) Enkeltauglichkeit, Ressourcenschonung (eine Welt), beachten der planetarer Grenzen, lernen von der Natur und Schutz unseres gesellschaftlichen Fundaments
- (3) ein erfülltes Leben und menschliche Beziehungen gelingen lassen
- (4) Geld ist ein Mittel zur Transaktionsunterstützung und nicht der Zweck des Wirtschaftens
- (5) Verhinderung von Machtmissbrauch & -Konzentration (Grosskonzerne, Übernahmen, Korruption, ...)
- (6) eine (wieder) funktionierende soziale Marktwirtschaft und wir wenden uns gegen die negativen Auswüchse des Neoliberalismus

Unser Denk- und Handlungsansatz für ökonomische, ökologische und soziale Nachhaltigkeit beruht auf einer vernünftigen Einbettung der Wirtschaft in die Ziele und Bedürfnisse der Gesellschaft. Dabei gilt es die Blase des industriellen Zeitalters zu überwinden und die Gesetze der Natur zu erkennen und in der Wirtschaft anzuwenden.



Dafür begleiten wir Unternehmen in den Themenfeldern «Zukunftsfähigkeit» und «Agilität», wofür es die Ursachen und die wichtigsten Handlungsfelder zu betrachten gilt (siehe nachstehende Grafik):



Kurzfristig streben wir folgende Ziele im Beratungsgeschäft an:

- (1) Erfolgreiche Begleitung der Peergruppe in Winterthur für die Mikro-Bilanz (Pilotprojekt, um dieses neue Instrument dann flächendeckend in der Schweiz zur Umsetzung zu bringen) – Bis Ende 2019
- (2) Start weiterer regionaler Peergruppen für Gemeinwohl-Bilanzen in der Schweiz (Zürich, Luzern, Bern, ...), eine davon auch mit NGOs in Zürich (2019 und 2020)
- (3) Unterstützung und Aufbau einer Kooperation mit öbu – dem Verband für nachhaltiges Wirtschaften in der Schweiz, um hierüber Unternehmen für die Gemeinwohl-Bilanz zu interessieren (2019 und 2020)
- (4) Ausbau Gast-Dozenten-Tätigkeit bei Schweizer Hochschulen und auch im Schulbereich für Nachhaltigkeits-Herausforderungen (ein Schwerpunkt: Gemeinwohl-Ökonomie)
- (5) Kooperation mit erfahrenen Berater*innen, die Gemeinwohl-Bilanz-Prozesse unterstützen wollen, und Integration solcher Berater*innen in konkrete Projekte (siehe geplante Peergruppen).

Weiteres Verbesserungs-Potential besteht auch in den 20 Kriterien der Gemeinwohl-Bilanz, u.a. bei

- B2: die CMP AG braucht mehr Nachhaltigkeits-Projekte, die ausreichend vergütet werden
- B3/E3: Umstellung der Ölheizung auf Geothermie
- C3/E3: weniger Geschäftsreisen mit dem Firmenfahrzeug + CO2-Kompensation des eigenen Firmen-Fussabdrucks, des Einkaufsvolumens und des privaten Fussabdrucks der beiden Berater (wenn die Ertragslage es zulässt)

Der grösste Impact kann mit den vorstehend beschriebenen fünf Zielen im Beratungsgeschäft erreicht werden. Die Personalressourcen der CMP AG sind mit zwei Beratern sehr begrenzt und angesichts der schwachen Ertragslage der «Nachhaltigkeits-Beratung» und dem notwendigen Zeitaufwand, der für die Ansprache von Unternehmen zur Erstellung von Gemeinwohl-Bilanzen betrieben wird, ist eine personelle Expansion aktuell nicht durchführbar.

Langfristig (Ausblick 5 Jahre) wollen wir unterstützen, dass die Gemeinwohl-Bilanz als wichtiges Organisations-Entwicklungsinstrument in der Schweiz anerkannt und genutzt wird. Zudem wollen wir in dem Beratungsfeld «Hausverwaltung» Akzente für mehr Nachhaltigkeit und Fairness setzen.

UMWELTAUSWIRKUNGEN UND CO2-FUSSABDRUCK

Als Beratungsunternehmen, bei dem die Berater im bzw. vom Home-Office aus arbeiten sind die Umweltauswirkungen recht gering. Der CO2-Fussabdruck pro Berater liegt bei 8,3 t (2016: 9,8 t). Der grösste Anteil davon resultiert aus notwendigen Reisen mit dem Pkw zu Kund*innen/Projekten. Durch die Eigenerzeugung vom Strom mittels Solardach ergeben sich aus dem Stromverbrauch keine CO2-Emissionen.

Aspekt	Gesamt	Pro MA	Vergleich Branche
Strom / Energieverbrauch in KWh	Eigenproduktion Solarstrom – grösser als der Verbrauch	0,0 t	n.a.
CO2 Ausstoss aufgrund von Heizung / Wärme / Sonstiges	5,6 t	2,8 t	n.a.
CO2 Ausstoss aufgrund von Transport	10,4 t	5,2 t	n.a.

Wasserverbrauch in L/Tag od. Monat	gering		
Müll unterteilt in Schadstoffklassen in t	0,5 t	0,3 t	
Weitere Emissionen in entsprechender Masseinheit (s. Aufstellung bei E3)	0,1 t	0,05 t	

Im Berichtszeitraum 2018 haben wir keine Kompensation des CO₂-Ausstosses vorgenommen. Für den Berichtszeitraum 2020 ist eine solche Kompensation aber angedacht.

BEDEUTUNG DER UN ENTWICKLUNGSZIELE FÜR DIE CMP AG



Die 17 UN Entwicklungsziele (SDGs) betreffen alle Kriterien der Gemeinwohl-Bilanz (siehe Grafik) und über diese Ziele wird zusammenfassend bei Kriterium E1 «Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen» berichtet.

	Menschenwürde	Solidarität und Gerechtigkeit	ökologische Nachhaltigkeit	Transparenz und Mitentscheidung
Lieferant*innen	Menschenwürde in der Zulieferkette A1	Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette A2	Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette A3	Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette A4
Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen	Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln B1	Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln B2	Sozialökologische Investitionen und Mittelverwendung B3	Eigentum und Mitentscheidung B4
Mitarbeitende	Menschenwürde am Arbeitsplatz C1	Ausgestaltung der Arbeitsverträge C2	Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden C3	Innerbetriebliche Transparenz und Mitentscheidung C4
Kund*innen und Mitunternehmen	Ethische Kund*innenbeziehungen D1	Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen D2	Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen D3	Mitwirkung der Kund*innen und Produktransparenz D4
Gesellschaftliches Umfeld	Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen E1	Beitrag zum Gemeinwesen E2	Reduktion ökologischer Auswirkungen E3	Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung E4

Hinsichtlich der 17 SDGs werden von der CMP AG folgende Ziele unterstützt. Im Geschäftsfeld

- Organisations- und Kultur-Entwicklung + Nachhaltigkeitsberatung + Dozententätigkeit: alle 17 SDGs, speziell ganz besonders die Ziele (3) Gesundes Leben für alle, (4) Bildung für alle, (7) Nachhaltige und moderne Energie für alle, (8) Nachhaltiges Wirtschaftswachstum und menschenwürdige Arbeit für alle, (9) Widerstandsfähige Infrastruktur und nachhaltige Industrialisierung, (12) Nachhaltige Konsum- und Produktionsweisen sowie (13) Sofortmassnahmen ergreifen, um den Klimawandel und seine Auswirkungen zu bekämpfen.
- Beratung für Hausverwaltung: (6) Sauberes Wasser und Sanitärversorgung, (7) Nachhaltige und moderne Energie, (9) Widerstandsfähige Infrastruktur und nachhaltige Industrialisierung, (11) Nachhaltige Städte und Siedlungen sowie (13) Massnahmen zum Klimaschutz.

BERICHT ZU DEN 20 KRITERIEN DER MATRIX 5.0

A1 MENSCHENWÜRDE IN DER ZULIEFERKETTE

Die möglichen Herausforderungen Menschenrechte, Kinderarbeit, Zwangsarbeit, soziale Risiken, Arbeitsbedingungen, Arbeitsschutz und Unfallraten, Mindestlohn, Gemeinsame Werte leben, Unternehmensleitbild/Vision/Mission und Gesundheits-Management sind uns bekannt. De facto ist unser Einkaufsvolumen jedoch sehr gering (wenig Impact) und beschränkt auf Bürobedarf, Miete und Kfz-/Reisekosten. Die grösste Einzelposition mit knapp 10 k CHF sind Fahrzeugkosten (Benzin und Reparaturen), die wir zu 95% in der Schweiz und ca. 5% in Deutschland einkaufen. In diesen Ländern ist die Menschenwürde i.d.R. gesichert.

Wir achten bei unseren Einkäufen auch auf «Fairness», soweit wir das überhaupt erkennen können. Inzwischen haben wir auch Einkaufsrichtlinien erarbeitet und diese unter Impressum für die Zulieferkette hinterlegt. Diese Einkaufsrichtlinien haben wir zuvor auch schon gelehrt und bei Einkäufen gegenüber Lieferanten – auch mit Hinweis auf deren Vorlieferanten – aktiv kommuniziert. Wenn wir einkaufen – in Geschäften oder per Telefon – weisen wir darauf hin, wie wichtig Nachhaltigkeit für uns ist und versuchen dabei in Erfahrung zu bringen, was das jeweilige Unternehmen dafür und inwieweit es die Vorlieferkette überblickt. De facto ist unser Einfluss aber relativ gering, da wir keine wesentlichen Einkäufe vornehmen. Unsere Anstösse werden aber wahrgenommen. Wenn wir mit anderen Berater*innen zusammenarbeiten (gehört auch zu C1), achten wir darauf, dass die Menschenwürde beachtet wird. Partner, mit denen wir zusammenarbeiten und bei denen wir einkaufen, kennen i.d.R. unsere Nachhaltigkeits-Anforderungen und sie versuchen, diesen zu entsprechen.

Verpflichtende Indikatoren:

- Anteil der zugekauften Produkte/Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen (2018): Kfz-Kosten 29%, Miete 28%, Büromaterial/Porti/Telekommunikation 17%, Drittleistungen 10%, Reisekosten ÖV 4% und Sonstiges 11%.
- Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden: bei Miete 100% (Office im eigenen Haus), bei Drittleistungen 100%, bei den anderen Positionen schwer zu beurteilen: Schätzung > 80%

Kurznotizen

1. Schwerpunkte A1: Involvierung anderer Berater*innen (in Projekten – gehört zu C1 – in 2018 und 2019 nicht wirklich relevant) – ansonsten Bürobedarf, Miete und Kfz-/Reisekosten
2. Was wurde im Berichtszeitraum 2018/19 umgesetzt: die Erstellung von Einkaufsrichtlinien
3. Wo ist das Unternehmen gut? i.d.R. achtsamer und bewusster Einkauf, regionale Produkte sofern möglich, umfangreiche Einkaufsrichtlinien zum nachhaltigen Einkauf
4. Welche Verbesserungen werden gesehen? auf unsere Einkaufsrichtlinien bei konkreten Einkäufen hinweisen.
5. Welche Massnahmen sollen dafür bis wann ergriffen werden. Sofortige Umsetzung von 4.

Bewertung: Stufe «**Fortgeschritten**» 30%. Wir kaufen i.d.R. achtsam und «bewusst» ein und weisen bei wichtigen Einkäufen auf unsere gelebten (inzwischen auch dokumentierte) Einkaufsrichtlinien hin. Bei Treibstoffen gibt es keine wirkliche Auswahl (Benzin – alle Tankstellenbetreiber haben kein überzeugendes

des Nachhaltigkeits-/CO2-Konzept und die Beachtung der Menschenwürde wird auch nicht explizit herausgestellt) und im Bereich Büromaterialien ist es schwierig, Kriterien zur Menschenwürde zu hinterfragen. Wir versuchen möglichst regional einzukaufen und können für den Standort Schweiz sicher die Einhaltung der Menschenwürde garantieren.

A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette. Als Unternehmen bestätigen wir, dass die Menschenwürde in der Zulieferkette bei den wesentlichen Lieferant*innen nach den aktuellen Erkenntnissen nicht verletzt wird.

A2 SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT IN DER ZULIEFERKETTE

Die möglichen Herausforderungen faire & solidarische Geschäftsbeziehung, Preis, Zahlungsfristen und Lieferbedingungen, Preisverhandlung und Margen-Transparenz, fairer Anteil an der Wertschöpfungskette (Preis-Fairness), Sozialtarif, Integrationsfunktion, Frauenquote, Lohngleichheit, soziale Absicherung, illegale Steuervermeidung, Ausnutzen von Marktmacht, sind uns bekannt. De facto ist unser Einkaufsvolumen jedoch sehr gering (siehe Ausführungen bei A1). Wir achten auf Solidarität und Gerechtigkeit, soweit wir das überhaupt erkennen können. In unseren Einkaufsrichtlinien haben wir auf die von uns einzufordernden Werte Solidarität und Gerechtigkeit hingewiesen und das auch schon vorher versucht, zu thematisieren.

Wenn wir mit anderen Berater*innen zusammenarbeiten (gehört auch zu C2), achten wir darauf, dass die Solidarität und Gerechtigkeit in unserer Beziehung beachtet wird. Partner, mit denen wir zusammenarbeiten und bei denen wir einkaufen, kennen i.d.R. unsere Nachhaltigkeits-Anforderungen und sie versuchen, diesen zu entsprechen.

Verpflichtende Indikatoren:

- Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt: solche Labels sind uns im Einkauf nicht aufgefallen, bekannt oder spielen keine Rolle.
- Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden: ca. 40% (Schätzung)

Kurznotizen

1. Schwerpunkte A2: wie bei A1 - Involvierung anderer Berater*innen (in Projekten) – ansonsten Bürobedarf, Miete und Kfz-/Reisekosten
2. Was wurde im Berichtszeitraum 2018/19 umgesetzt: die Erstellung von Einkaufsrichtlinien
3. Wo ist das Unternehmen gut? wie bei A1 - i.d.R. achtsamer und bewusster Einkauf, regionale Produkte sofern möglich.
4. Welche Verbesserungen werden gesehen? Die Zulieferkette stärker hinterfragen und über die Notwendigkeit von praktizierter Solidarität und gelebter Gerechtigkeit aufklären.
5. Welche Massnahmen sollen dafür bis wann ergriffen werden. Hinweis auf unsere Einkaufsrichtlinien bei den von uns getätigten Einkäufen.

Bewertung: Stufe «**Erste Schritte**» 10%. Selbst über Einkaufsrichtlinien ist es schwierig dieses Kriterium einzufordern. Unser Impact ist so gering, dass sich ein grösserer Zeitaufwand in diesem Bereich nicht wirklich signifikant auswirken würde.

A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen. Wir bestätigen als Unternehmen, dass nach unserem Kenntnisstand Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette nicht verletzt sowie die Marktmacht bei den wesentlichen Lieferant*innen nicht ausgenutzt werden (0 Negativpunkte).

A3 ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT IN DER ZULIEFERKETTE

Die möglichen Herausforderungen Umweltschutz, Abfall, Energieverbrauch, erneuerbare Energien, Energiereduktion, Mobilität, CO₂-Fussabdruck, gesunde und ökologische Ernährung, Ressourcenschonung, Kreislaufwirtschaft, Regionalität, Nachhaltigkeits-Labels, ... sind uns bekannt. De facto ist unser Einkaufsvolumen jedoch sehr gering (siehe A1). Wir achten auf die ökologische Qualität der Produkte, soweit wir das überhaupt erkennen können. Wir haben dafür Einkaufsrichtlinien erarbeitet und diese vor der Veröffentlichung bereits faktisch gelebt. Und wir praktizieren auch Suffizienz (weniger ist mehr) sowie die 4 Es (Entrümpelung, Entschleunigung, Entkommerzialisierung und Entflechtung); unter D3 finden sich entsprechende Hinweise, die wir auch in der Zulieferkette beachten.

Wenn wir mit anderen Berater*innen zusammenarbeiten (gehört auch zu C3), achten wir darauf, dass die ökologische Nachhaltigkeit beachtet wird (z.B. Reisetätigkeit). Partner, mit denen wir zusammenarbeiten und bei denen wir einkaufen, kennen i.d.R. unsere Nachhaltigkeits-Anforderungen und sie versuchen, diesen zu entsprechen.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind: Schätzung 60%.

Kurznotizen

1. Schwerpunkte A3: wie bei A1 - Involvierung anderer Berater*innen (in Projekten) – ansonsten Bürobedarf, Miete und Kfz-/Reisekosten
2. Was wurde im Berichtszeitraum 2018/19 umgesetzt: die Erstellung von Einkaufsrichtlinien
3. Wo ist das Unternehmen gut? wie bei A1 - i.d.R. achtsamer und bewusster Einkauf, Bio- und regionale Produkte sofern möglich. Nutzung des Fairphones, Kauf von schwefelreduziertem Öl für die Heizung (anstatt normalem preiswerterem Öl), Austauschmotor anstatt neuem Geschäftswagen und Recycling-Papier.
4. Welche Verbesserungen werden gesehen? Möglich wäre eine Kompensation des CO₂-Fussabdrucks unserer Lieferkette; dieser Abdruck ist aber schwer ermittelbar – evtl. Schätzung. Zunächst ist angedacht, den eigenen Fussabdruck zu kompensieren.
5. Welche Massnahmen sollen dafür bis wann ergriffen werden: Hinweis auf unsere Einkaufsrichtlinien bei den von uns getätigten Einkäufen.

Bewertung: Stufe «**Fortgeschritten**» 30%. Schriftliche Einkaufsrichtlinien zur Nachhaltigkeit wurden mangels Impact nicht erarbeitet. Mit Berater*innen, die wir in Projekte involvieren, wird das Thema ökologische Nachhaltigkeit aber angesprochen und eingefordert.

A3 Negativaspekt: unverhältnismässig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette. Wir bestätigen als Unternehmen, dass nach unserem Kenntnisstand keine Produkte/Dienstleistungen zugekauft werden, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen (0 Negativpunkte).

A4 TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG IN DER ZULIEFERKETTE

Die möglichen Herausforderungen «Welche Informationen werden wem zur Verfügung gestellt? Mitbestimmung, Materialdeklaration, Rückverfolgbarkeit, Austausch von Informationen, Just in Time Lieferung, Preistransparenz und offene Kalkulation ...» sind uns bekannt. De facto ist unser Einkaufsvolumen jedoch sehr gering (siehe auch Kriterien A1 bis A3). Wir geben unseren Lieferant*innen i.d.R. alle gewünschten Informationen und legen auch unsere Preiskalkulation offen.

Wenn wir mit anderen Berater*innen zusammenarbeiten (auch Kriterium C4), achten wir darauf, dass die Transparenz und Mitentscheidung beachtet werden (z.B. Zeiteinsatz, Stundenvergütung, ...). Partner, mit denen wir zusammenarbeiten und bei denen wir einkaufen, kennen i.d.R. unsere Nachhaltigkeits-Anforderungen und sie versuchen, diesen zu entsprechen. Sollten Partner unseren Ansprüchen hinsichtlich Transparenz und Mitentscheidung nicht genügen, so würden wir mit ihnen nicht weiter zusammenarbeiten.

Als Unternehmen bemühen wir uns, Mitverantwortung für Transparenz und gemeinsame Entscheidungsfindung in der gesamten Zulieferkette zu überprüfen und unser unternehmerisches Handeln entsprechend zu gestalten. Bei Kleinkäufen ist jedoch der Aufwand hierfür gross und nehmen dort i.d.R. nur eine Sichtprüfung vor.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt: solche Labels sind uns nicht bekannt
- Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden: ca. 40% (Schätzung)

Kurznotizen

1. Schwerpunkte A4: wie bei A1 - Involvierung anderer Berater*innen (in Projekten) – ansonsten Bürobedarf, Miete und Kfz-/Reisekosten
2. Was wurde im Berichtszeitraum 2018/19 umgesetzt: die Erstellung von Einkaufsrichtlinien
3. Wo ist das Unternehmen gut? wie bei A1 - i.d.R. achtsamer und bewusster Einkauf, regionale Produkte sofern möglich
4. Welche Verbesserungen werden gesehen Die Zulieferkette stärker hinterfragen und über die Notwendigkeit von Transparenz und Mitentscheidung aufklären – inkl. als Vorbild vorangehen.
5. Welche Massnahmen sollen dafür bis wann ergriffen werden. Hinweis auf unsere Einkaufsrichtlinien bei den von uns getätigten Einkäufen.

Bewertung: Stufe «**Fortgeschritten**» 20% (Eigeneinschätzung 30%). Massnahmen zur positiven Beeinflussung eines transparenten und partizipativen Umgangs mit Berater*innen im Subauftrag werden umgesetzt. Ansonsten gibt es kaum Möglichkeiten, in diesem Bereich bei dem geringen Einkaufsvolumen wirklich erfolgreich tätig werden zu können.

B1 ETHISCHE HALTUNG IM UMGANG MIT GELDMITTELN

Die Gesellschaft ist zu 100% mit Eigenkapital der aktiven Berater finanziert, Kredite gibt es keine und finanzielle Risiken sind nicht ersichtlich. Finanzanlagen werden keine getätigt.

Informationen zum Eigenkapital-Branchendurchschnitt in der Schweiz von Beratungsunternehmen oder kleinen KMUs haben wir nicht finden können. Die CMP AG verfügt über ein eingezahltes Aktienkapital von 100'000 CHF, was relativ hoch ist und mögliche unternehmerische Risiken – z.B. aus Haftungsinanspruchnahmen von Auftraggebern aus Beratungsprojekten – absichert. Solche Ansprüche wurden bis heute noch nie geltend gemacht und in dem Risikobericht in den Jahresabschlüssen seit Bestehen der CMP AG finden sich dafür keine diesbezüglichen Hinweise bzw. Rückstellungen. Die CMP AG verfügt über kein nennenswertes Anlagevermögen (< 12 kCHF) und kann deshalb aus ihrem Eigenkapital ausstehende Kunden- und sonstige Forderungen finanzieren. Alle Einkäufe werden i.d.R. sofort bzw. im Rahmen der Zahlungsziele beglichen. Die Gesellschaft verfügt über Bankguthaben und es gibt keine Verbindlichkeiten gegenüber Finanzinstituten.

Wir haben die ethisch-nachhaltige Ausrichtung unserer Finanzpartner*innen überprüft (Bank, Versicherungen und Pensionskasse). Auch wenn es Institute gibt, die deutlich nachhaltiger und ethischer aufgestellt sind, wäre ein Wechsel für uns mit erheblichen Nachteilen verbunden (z.B. bei Auslandsüberweisungen, kein Bankschalter in der Nähe, hohe Wechselkosten bei der Pensionskasse, ...). Wir haben uns deshalb gegen einen Wechsel ausgesprochen und erörtern mehr mit unserer Bank, wie sie sich nachhaltiger ausrichten kann.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil Eigenkapital in Prozent: 100%
- Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche: schwer einzuschätzen; bei kleineren Beratungsunternehmen ist die Eigenkapitalquote i.d.R. sehr hoch
- Fremdfinanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart: keine; Lieferanten- und sonstige Verbindlichkeiten werden im Rahmen der Zahlungsziele bezahlt.

Kurznotizen

1. Schwerpunkte B1: Eigenmittelfinanzierung und geringe Bedeutung der Finanzpartner*innen auf das laufende Geschäft
2. Was wurde im Berichtszeitraum 2018/19 umgesetzt: es wurde überprüft, ob ein Wechsel zu einer ethischen Bank machbar ist (Freie Gemeinschaftsbank Basel); die Nachteile überwiegen aber, weshalb der Wechsel nicht vollzogen wurde.
3. Wo ist das Unternehmen gut? 100% Eigenmittelfinanzierung und keine Finanzrisiken
4. Welche Verbesserungen werden gesehen? Keine, da ein Wechsel der Finanzpartner mit erheblichen Nachteilen verbunden wäre
5. Welche Massnahmen sollen dafür bis wann ergriffen werden. Aktuell keine

Bewertung: Stufe «**Fortgeschritten**» 20% (Eigeneinschätzung 30%). Als Kleinunternehmen ist die Eigenmittelfinanzierung mit 100% nicht unüblich. Ein Wechsel zu einer Ethikbank hätte Nachteile bei den Möglichkeiten des Bargeldbezugs und bei Auslandsüberweisungen.

B1 Negativaspekt: Als Unternehmen können wir bestätigen, dass die sozialen Risiken bei den Finanzpartner*innen überprüft bzw. evaluiert wurden. Schwerwiegende Missstände und Menschenrechtsverletzungen haben wir bei Finanzpartner*innen (Bank und Pensionskasse) keine festgestellt.

B2 SOZIALE HALTUNG IM UMGANG MIT GELDMITTELN

Als «Zukunfts Ausgaben» sehen wir unseren Zeitaufwand sowie Literatur/Recherchen zu neuen Trends in unserer Branche sowie bei unseren Kund*innen. Dieser Aufwand wird von uns regelmässig «on the Job» getätigt und wir besuchen dafür auch Fortbildungen und Veranstaltungen/Kongresse. Fr. Nacke hat im Zeitraum 2018/19 über 18 Monate parallel zu ihren Projekten und ihrer Tätigkeit für die CMP AG ein Fernstudium an der ILS zu «Immobilienmanagement» absolviert. Hr. Dr. Nacke setzt sich in mehreren öbu-Projekten (Verband für nachhaltiges Wirtschaften in der Schweiz) für diverse Nachhaltigkeitsthemen ein und versucht, Branchenstandards weiter zu entwickeln. Über das ehrenamtliche Engagement beider Berater – flankierend zu aktiven Beratertätigkeit – wurde bereits vorstehend unter «Das Unternehmen und das Gemeinwohl» auf Seite 4 ausgeführt.

Die Eigentümerin sowie andere Berater*innen stellen keine besonderen Ansprüche an Kapitalerträge u./o. Privatentnahmen. Sie möchten eine marktkonforme Vergütung erhalten, was das operative Geschäft jedoch bislang noch nicht ausreichend sicherstellen kann. Der Zeitaufwand zur Markt- und Produkt-/Dienstleistungsentwicklung ist recht hoch und kann über konkrete Projekte nur begrenzt amortisiert werden. Letzteres betrifft speziell die Nachhaltigkeits-Beratung und den Einsatz für die Gemeinwohl-Ökonomie.

Verpflichtende Indikatoren

- Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit (2018): - 5 k CHF
- Gesamtbedarf Zukunfts Ausgaben keine (Weiterbildungen werden aus dem laufenden Geschäft finanziert)
- Getätigte/r strategischer Aufwand/strategische Ausgaben keiner
- Anlagenzugänge 12 k CHF (Ersatzmotor)
- Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn) keine
- Auszuschüttende Kapitalerträge keine

Kurznotizen

1. Schwerpunkte B2: neue Trends für die Wirtschaft und Gesellschaft früh erkennen (Zukunftsfähigkeit und Agilität) und in die Beratungsansätze integrieren; ausreichende Vergütung für die Berater*innen, ausreichender Jahresüberschuss
2. Was wurde im Berichtszeitraum 2018/19 umgesetzt: Weiterentwicklung der Beratungsansätze für Peergruppen Gemeinwohl-Bilanzen, Mikro-Gemeinwohlbilanz, Theorie U (O. Scharmer), Zukunftsfähigkeit, Agilität und nachhaltiges Marketing – u.a. zusammen mit der GWÖ und mit öbu.
3. Welche Verbesserungen werden gesehen? Einen ausreichenden Jahresüberschuss erwirtschaften und höhere Vergütungen für die Berater*innen
4. Welche Massnahmen sollen dafür bis wann ergriffen werden: Steigerung der Projekte zu Gemeinwohl-Bilanz und Organisations-/Kultur-Entwicklung

Bewertung: Stufe «**Vorbildlich**» 70% (Eigeneinschätzung 80%). Wirkt sich in der Matrix aber nicht aus, da der Rechner dieses Kriterium angesichts des Jahresverlustes 2018 auf «0» gesetzt hat.

B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln. Als CMP AG bestätigen wir, dass die Verteilung von Geldmitteln fair erfolgt.

B3 SOZIAL-ÖKOLOGISCHE INVESTITIONEN UND MITTELVERWENDUNG

Die Geschäftsräume der CMP AG befinden sich im eigenen Haus der Partner. Im Anlagevermögen befinden sich bereits abgeschriebene Büromöbel, die IT-Infrastruktur (Notebooks, Drucker, Beamer, Fernseher, Router, ...) und ein 9 Jahre alter Pkw als Geschäftswagen. Für letzteren wurde im Berichtszeitraum 2018 ein Ersatzmotor angeschafft (nach einer Überprüfung, was ökologisch besser ist – Neukauf Auto – evtl. Elektro oder Wasserstoff - oder Austauschmotor). Ökologisches Verbesserungspotential wird aktuell nicht gesehen, ausser, dass die Partner prüfen, im Jahr 2020 die 9 Jahre alte Ölheizung im Haus durch Geothermie zu ersetzen.

Verpflichtende Indikatoren

▪ Investitionsplan inkl. ökologischer Sanierungsbedarf	kein Bedarf
▪ Realisierung der ökologischen Investitionen	12 k CHF Ersatzmotor Geschäftswagen
▪ Finanzierte Projekte	nicht relevant
▪ Fonds-Veranlagungen	nicht relevant

Kurznotizen

1. Schwerpunkte B3: kein Anlagevermögen (ausser dem Geschäftswagen mit Ersatzmotor)
2. Was wurde im Berichtszeitraum 2018/19 umgesetzt: Ersatzmotor; weitere Investitionen wurden nicht getätigt
3. Wo ist das Unternehmen gut? Anschaffung eines Ersatzmotors anstatt neuem Fahrzeug
4. Welche Verbesserungen werden gesehen? Ersetzen der alten Ölheizung zum Verzicht auf fossile Brennstoffe (Geothermie) im Heizen.
5. Welche Massnahmen sollen dafür bis wann ergriffen werden: Ersatz der alten Ölheizung möglichst schon im Jahr 2020.

Bewertung: Stufe «**Erfahren**» 60% (Eigeneinschätzung 80%) - aber kaum Möglichkeiten für Impact – im Excel-Rechner mit 1,5 hoch bewertet.

B3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen. Wir bestätigen, dass unser Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut. Ökologischen Risiken bei den Anlage-Investitionen und bei Finanzpartner*innen werden/würden überprüft bzw. evaluiert und Massnahmen gegen schwerwiegende Missstände und ökologisch bedenkliche Ressourcen unternommen werden.

B4 EIGENTUM UND MITENTSCHEIDUNG

Die Aktien der Gesellschaft befinden sich im Alleineigentum von Verena Nacke als der Geschäftsführerin und einzigem VR-Mitglied. Ralf Nacke hat bislang kein Interesse bekundet, einen Anteil hiervon übernehmen zu wollen. Er ist jedoch in alle Entscheidungen der Gesellschaft mit eingebunden.

Eine weitere Mitarbeiter*in ist als Büro-Aushilfe im Unternehmen tätig (3-4 Std. pro Woche). Sie hat keinen Zugang zu vertraulichen Informationen und will diesen auch nicht haben. Bei Fragen ihrerseits wird sie umfassend informiert.

Andere Berührungsgruppen haben bislang kein Interesse an einem Miteigentum an der Gesellschaft bekundet und auch keine Mitentscheidungs-Möglichkeiten eingefordert. Herr Dr. Nacke kooperiert sehr intensiv mit anderen Beratungsunternehmen in Projekten und in wichtigen Themen. Dazu gehören auch viele Berater*innen aus dem GWÖ- und dem öbu-Kreis. Diese Formen intensiver Kooperation und der Zusammenarbeit sind deutlich effektiver als eine gegenseitige Beteiligung an den Unternehmen, da sich immer wieder neue Schwerpunkte ergeben.

Verpflichtende Indikatoren

Verteilung des Eigenkapitals in Prozent auf (Eigenkapitalstruktur in %, jeweils von 0 bis 100%): Unternehmer*innen (100%), Führungskräfte (100%), Mitarbeiter*innen (100%), Kund*innen (0 %), Lieferant*innen (0 %), Weiteres Umfeld (0 %), Nicht mittätige Kapital-Investor*innen (gibt es nicht).

Kurznotizen

1. Schwerpunkte B4: Eigentümer sind die Berater
2. Was wurde im Berichtszeitraum 2018/19 umgesetzt: keine wesentlichen Veränderungen
3. Wo ist das Unternehmen gut? Gutes Verständnis, Teamwork und Harmonie der beiden Berater (Ehepaar); gute Aufgabentrennung; Kooperationen und eine vertrauensvolle Zusammenarbeit mit anderen Berater*innen.
4. Welche Verbesserungen werden gesehen? Keine
5. Welche Massnahmen sollen dafür bis wann ergriffen werden: Keine

Bewertung: Stufe «**Fortgeschritten**» 30% (Eigeneinschätzung 50%). Ralf Nacke möchte bislang keine Anteile übernehmen. Die CMP AG ist offen für Mitspracherechte anderer; davon wurde bislang aber in der Praxis kein Gebrauch gemacht. Im Excel-Rechner mit 0,5 niedrig bewertet.

B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme. Wir bestätigen, dass bislang keine feindlichen Übernahmen erfolgt sind.

C1 MENSCHENWÜRDE AM ARBEITSPLATZ

Die Unternehmenskultur der CMP AG lebt die Werte der Gemeinwohl-Ökonomie – intern und nach extern. Offenheit, Vertrauen, Kollegialität, Respekt, Wertschätzung, Zuverlässigkeit und Hilfsbereitschaft zeichnen uns aus.

Menschlichkeit wird in der CMP AG umfassend gelebt und die Menschenwürde eines jeden wird in allen Facetten beachtet. Achtsamkeitsübungen und Meditation/Yoga sind bei uns im Alltag integriert. Ebenfalls sehr wichtig für uns sind Gesundheitsförderung, Work-Life-Balance und der Arbeitsschutz. Mit den zwei Partnern und Berater*innen ist auch Diversität gewährleistet. Bei einem Ausbau des Berater-Teams wäre Diversität ein wichtiges Kriterium.

In grösseren Projekten, die von der CMP akquiriert würden und für die eine Einbindung externer Berater*inne notwendig wäre, legen wir Wert auf die Einhaltung/Beachtung unserer Unternehmenskultur. Im Berichtszeitraum 2018/19 wurden nur in einem Fall zwei externe Berater aus der Gemeinwohl-Ökonomie mit eingebunden und vergütet.

Beide Berater betreuen i.d.R. eigenverantwortlich ihre jeweiligen Projekte und führen diese allein oder mit Partnern durch. In wichtigen Themen coachen sie sich jedoch wechselseitig und hinterfragen ihre jeweilige Vorgehensweise sowie Konzepte und Umsetzungsvorgehen. Die gegenseitige Wertschätzung und das Vertrauen in den anderen sind sehr hoch ausgeprägt.

Beide Berater bieten Seminare zu Selbstorganisation und Eigenverantwortung an und sie wenden diese Instrumente auch für sich selbst an.

Im Beratungsgeschäft ist die grösste gesundheitliche Herausforderung die eigene Überforderung («Stress» und «Druck») und eine Missachtung wesentlicher Grundsätze für eine Work-Life-Balance. In der CMP AG ist die notwendige Balance gesichert.

Betriebsunfälle gab es bislang keine und die Gesundheitsquote der Berater*innen liegt bei 100%.

Verpflichtende Indikatoren

- Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit: seit Gründung 2006, d.h. 13 Jahre für die Berater. Büro-aushilfe seit 2009 (10 Jahre)
- Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro Mitarbeitendem bzw. nach Führungsebene: für beide Berater > 5 Std./Monat
- Gesundheits-/Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung): 0 %
- Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen: keine
- Anzahl und Ausmass der Betriebsunfälle: keine
- In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit / Diversität: Inhalte + Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden: organisieren die Berater für sich selbst (Privatausgaben)
- Demografische Verteilung der Mitarbeitenden des Unternehmens im Hinblick auf Dimensionen der Diversität (zumindest nach den Kerndimensionen von Diversität: Alter, Geschlecht, Ethnie, körperliche / psychische Einschränkungen, sexuelle Orientierung, Religion – sofern erhebbar und relevant): 1 Frau und 1 Mann und > 55 Jahre
- durchschnittliche Karenzdauer von Vätern-/Müttern in Monaten: nicht relevant

Kurznotizen

1. Schwerpunkte C1: Unternehmenskultur und das Miteinander
2. Was wurde im Berichtszeitraum 2018/19 umgesetzt: nichts wesentlich Neues
3. Wo ist das Unternehmen gut? Gelebte integrale Unternehmenskultur; Teamwork und Harmonie der beiden Berater (Ehepaar); gute Aufgabentrennung und Ergänzung in den Kompetenzen
4. Welche Verbesserungen werden gesehen? Keine

5. Welche Massnahmen sollen dafür bis wann ergriffen werden: Keine

Bewertung: Stufe «**Vorbildlich**» 70% (Eigeneinschätzung 80%). Ein vorbildliches Miteinander – wertschätzend und unterstützend.

C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen. Wir bestätigen, dass in der CMP AG keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen.

C2 AUSGESTALTUNG DER ARBEITSVERTRÄGE

Für alle Mitarbeitenden – sofern unsere Umsatz- und Ertragssituation es zulässt – ist ein regionaler "lebenswürdiger Verdienst" sichergestellt und es erfolgt eine gerechte Verteilung von Arbeitslast und Arbeitszeit. Jeder der Berater bestimmt und organisiert seine Arbeitszeit selbst – grundsätzlich 80% bis 100% bei ca. 40 Std. pro Woche (100%) – max. 10 Std. pro Tag. Für die Büroaushilfe gibt es feste Arbeitszeiten (3-4 Std. pro Woche – i.d.R. am Montagvormittag), die bei Bedarf aber auch flexibel gestaltet werden.

Verpflichtende Indikatoren

- Höchst- und Mindestverdienst (innerbetriebliche Spreizung): 1 : 1,3
- Medianverdienst: keine Angabe
- Standortabhängiger "lebenswürdiger Verdienst": ca. 5'000 CHF
- Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit: 40 Std. bei 100% (42 Std. ist der Standard in der Schweiz)
- Tatsächlich geleistete Überstunden: keine

Kurznotizen

1. Schwerpunkte C2: Selbstbestimmtheit und Work-Life-Balance
2. Was wurde im Berichtszeitraum 2018/19 umgesetzt: nichts wesentlich Neues
3. Wo ist das Unternehmen gut? in den Themen Selbstbestimmtheit und Work-Life-Balance und gleichzeitiger Sicherung eines hohen Qualitätsstandards und zufriedenen Kund*innen.
4. Welche Verbesserungen werden gesehen? Keine
5. Welche Massnahmen sollen dafür bis wann ergriffen werden: Keine

Bewertung: Stufe «**Vorbildlich**» 70% (Eigeneinschätzung 80%). Work-Life-Balance und Selbstbestimmtheit sind gesichert. Das Arbeitspensum beträgt 32 bis 40 Std. pro Woche – inkl. ehrenamtlicher Tätigkeit, die zu einem Grossteil während der Arbeitszeit geleistet werden darf. Beide Berater*innen unterstützen sich gegenseitig, sofern notwendig und vom anderen gewollt. Ausgezahlt an Gehältern wird paritätisch das, was möglich ist.

C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge. Wir bestätigen als Unternehmen, dass die Mitarbeitenden nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet werden.

C3 FÖRDERUNG DES ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITENDEN

Als Unternehmen unterstützen wir, dass alle Mitarbeitenden Möglichkeiten zur gesunden und ökologischen Ernährung während der Arbeitszeit haben, nachhaltig zum Arbeitsplatz gelangen können und das ökologische Verhalten gefördert wird.

Beide Berater arbeiten im «Home-Office», da sich die Geschäftsräume im eigenen Haus befinden. Sie versuchen, Geschäftsreisen auf die Schweiz zu begrenzen und diese mit dem ÖV zu erreichen. Trotzdem gibt es auch Geschäftsreisen, die mit dem Firmen-Pkw erledigt werden (primär aus Zeitgründen – umständliche Anreise). Privat reist Fr. Nacke 10x pro Jahr mit dem Flugzeug via Zürich-Düsseldorf nach Essen, um ihre alten Eltern (89 und 85 Jahre alt) zu besuchen und zu betreuen. Dies verursacht allein einen ökologischen Fussabdruck von 2,3 t p.a. Bislang hat sie keine Alternative dazu gefunden.

Die Büroaushilfe hätte die Möglichkeit, mit dem ÖV anzureisen. Sie nutzt aber lieber den eigenen Pkw (kurzer Anreiseweg von 6 km).

Im Unternehmen wird darauf geachtet, dass der Energieverbrauch geringgehalten wird. IT-Geräte werden möglichst langlebig genutzt, es kommt ein Fairphone zum Einsatz, das I-Phone ist gebraucht und beim Pkw-Fahren wird auf einen niedrigen Kraftstoffverbrauch durch achtsames Fahren bis 130 km geachtet

Beide Berater kochen zusammen für sich – hauptsächlich vegetarisch (95%) bis vegan (80%) und mit regionalen und gesunden Lebensmitteln. Die Büroaushilfe ist zu den Mittagszeiten meist schon wieder anderweitig unterwegs.

Spezielle Weiterbildungsangebote gibt es keine im Unternehmen; sie würden aber sofort ermöglicht, sofern Interesse/Bedarf bestünde. Einer der Berater hält Vorträge und Workshops zum Klimaschutz und notwendigen Massnahmen; dieses Wissen steht allen zur Verfügung.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft: 80%
- Anteil der Anreise mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuss: Home-Office / Geschäftsreisen 60% Pkw und 40% ÖV
- Nutzungsgrad des ökologischen Betriebsangebots der Mitarbeitenden in %: 100% durch die Berater

Kurznotizen

1. Schwerpunkte C3: Gesunde und ökologische Ernährung, Home-Office, wenige Reisen (geschäftlich und privat)
2. Was wurde im Berichtszeitraum 2018/19 umgesetzt: starker Fokus auf vegetarische und vegane Ernährung (gesünder) und stärkere Nutzung ÖV
3. Wo ist das Unternehmen gut? in den Themen Ernährung und Home-Office
4. Welche Verbesserungen werden gesehen? Reduktion der Geschäftsfahrten und regionale private Reisen
5. Welche Massnahmen sollen dafür bis wann ergriffen werden: CO2-Kompensation wäre möglich; soll bei verbesserter Ertragslage umgesetzt werden (ab 2020)

Bewertung: Stufe «**Erfahren**» 60% (Eigeneinschätzung: 50%). Geschäftsfahrten zu Kund*innen und Teilnahme an wichtigen Veranstaltungen sind unerlässlich für das Beratungsgeschäft.

C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens. Als CMP AG bestätigen wir, im Unternehmen weder Verschwendung von Ressourcen gefördert noch unökologisches Verhalten geduldet wird. Werden uns solche Tatsachen bekannt, reden wir sofort mit unseren Mitarbeiter*innen.

C4 INNERBETRIEBLICHE MITENTSCHEIDUNG UND TRANSPARENZ

Als CMP AG unterstützen wir, dass für alle Mitarbeitenden wesentliche und kritische Daten transparent, leicht abrufbar und verständlich sind und dass sie ihre Ideen, Anregungen oder Impulse gut einbringen können. Das gilt auch für Partner und Berater*innen, mit denen wir eng zusammenarbeiten.

De facto haben die beiden CMP-Berater Zugriff auf alle Daten und Unterlagen und sie stimmen sich gegenseitig gut ab. Ein Konzept zur Auswahl, Evaluierung und Absetzung von Führungskräften würde erstellt werden, wenn die Anzahl der Berater*innen sich deutlich vergrössern würde (aktuell nicht wahrscheinlich). Die Büroaushilfe hat keinen Zugang zu betrieblichen Informationen, da dieses für ihren Aufgabenwahrnehmen bislang nicht notwendig war und sie das auch nicht einfordert.

Abstimmungsprozesse erfolgen auf Basis «Systemischem Konsensieren» (Messung der Widerstände).

Verpflichtende Indikatoren

- Grad der Transparenz bei kritischen und wesentlichen Daten: 100%
- Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden: 100%
- Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden: 100%

Kurznotizen

1. Schwerpunkte C4: Zugang zu Daten und Unterlagen der CMP AG + Information der Mitarbeitenden
2. Was wurde im Berichtszeitraum 2018/19 umgesetzt: nichts wesentlich Neues
3. Wo ist das Unternehmen gut? Information der Mitarbeitenden; beide Berater haben Zugang zu allen Daten und Unterlagen.
4. Welche Verbesserungen werden gesehen? Mehr Informationen für die Aushilfe werden als nicht notwendig erachtet – auch nicht von der Aushilfe.
5. Welche Massnahmen sollen dafür bis wann ergriffen werden: keine

Bewertung: Stufe «**Erfahren**» 60%. Ängste und Widerstände/Vorbehalte sind in der Organisation nicht ersichtlich. Entscheidungen werden von beiden Beratern i.d.R. gemeinsam getroffen. Das gegenseitige Vertrauen ist stark ausgeprägt.

C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates. Es liegt keine Verhinderung des Betriebsrates vor; eine Mitbestimmung wird sogar gefördert und ist erwünscht. Hinweis: Eine Arbeitnehmervertretung bzw. Betriebskommission ist in der Schweiz erst ab einer Betriebsgrösse von 50 Mitarbeiter*innen vorgesehen (MitwG 3).

D1 ETHISCHE KUND*INNEN-BEZIEHUNGEN

Ethik und Aufrichtigkeit im Verhältnis zu unseren bestehenden und potenziellen Kund*innen ist uns ein sehr grosses Anliegen. Für uns als CMP AG ist es wichtig, auf unsere Kund*innen (Auftraggeber*innen), ihre Vorstellungen und Wünsche sowie evtl. Reklamationen und Beschwerden einzugehen. Dabei achten wir auf Augenhöhe, Transparenz und Ehrlichkeit im Umgang mit unseren Auftraggeber*innen und Seminarteilnehmer*innen.

Unsere Produkte und Dienstleistungen sind auf den Webseiten der CMP AG beschrieben (www.cmpartners.ch). Für Seminarangebote schreiben wir bestehende Kund*innen und Partner unregelmässig an (1-2x pro Jahr). Für uns ist die Weiterempfehlung zufriedener Kund*innen sehr wichtig. Solche Weiterempfehlungen erfolgen auch über unser Netzwerk (auch über die GWÖ).

Unser eigener Verhaltenskodex als Berater*innen bedingt, dass wir uns intensiv mit dem Kundennutzen unserer Klienten auseinandersetzen und durch unsere Arbeitsleistung einen positiven Beitrag/Erfolg für den Kunden generieren. Sehen wir in Projekten keine Erfolgsaussicht oder einen positiven Wertbeitrag, sprechen wir mit unseren Klienten darüber und lehnen notfalls Projekte auch ab.

Spezielle Tarife/Std.-Sätze: Kleinstunternehmen aus dem GWÖ-Kreis sind oft nicht in der Lage, branchenübliche Std./Tagessätze von Berater zahlen zu können. In solchen Projekten – z.B. für Peergruppen zur Gemeinwohl-Bilanz-Erstellung – arbeiten wir zu reduzierten Vorzugskonditionen und mit Pauschal-sätzen. Wir haben z.B. den Ansatz entwickelt, dass Mikrobilanzen für Kleinstunternehmen (1-5 MA) in Peergruppen zum Pauschalpreis von 500 CHF (4 Workshops) ermöglicht werden.

Verpflichtende Indikatoren

- Übersicht der Budgets im Marketing, Verkauf, Werbung - Ausgaben für Massnahmen bzw. Kampagnen: wir haben keine Budgets dafür. Wir tätigen auch keine Aufwendungen für Google- oder Social Media Werbung
- Art der Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden - fixe und umsatzabhängige Bestandteile in %: wir haben keine Mitarbeitenden, die ich speziell um den Verkauf bemühen. Unserer Berater bemühen sich direkt um Projekte
- Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: nein
- Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innen-Gruppen gekauft wird: 20% - das betrifft Kleinstunternehmen (Mikrobilanz) und das Angebot für Peergruppen zur Gemeinwohl-Bilanz

Kurznotizen

1. Schwerpunkte D1: gleiche Augenhöhe, Transparenz und Ehrlichkeit im Umgang mit bestehenden und potenziellen Kund*innen. Schriftliche Ethikleitlinien haben wir nicht; wir tauschen uns im Beraterkreis aber mündlich über unseren Verhaltenskodex im Umgang mit Kund*innen aus.
2. Was wurde im Berichtszeitraum 2018/19 umgesetzt: Ausweitung des Leistungsspektrums im Bereich Gemeinwohl-Bilanzen (Peergruppen, Mikrobilanz, ... – zu sehr attraktiven Konditionen für die Kund*innen)
3. Wo ist das Unternehmen gut? Die tatsächlichen Kundenbedürfnisse, Anliegen und Wünsche zu erkennen und den Kundennutzen klar herauszuarbeiten und zu verfolgen/unterstützen.
4. Welche Verbesserungen werden gesehen? Das Pilotprojekt Mikrobilanz in der Schweiz flächendeckend anzubieten.

5. Welche Massnahmen sollen dafür bis wann ergriffen werden: Über sog. Unternehmens-Treffs wollen wir in 2020 viele Schweizer Kleinstunternehmen für ein Gemeinwohl-Bilanz-Engagement gewinnen.

Bewertung: Stufe «**Vorbildlich**» 80% (Eigeneinschätzung 70%). Wir sind hier vorbildlich sowohl in der Kund*innen-Betreuung als auch in der Akquise – auch wenn wir keine schriftlichen Ethikleitlinien haben. Barrierefreiheit im Büro ist für uns kein Thema, da wir meist beim Kunden vor Ort sind. Sollte eine körperliche Bewegungseinschränkung bei einem Kunden vorliegen, so können wir auch auf barrierefreie Räumlichkeiten für ein Meeting zurückgreifen.

D1 Negativaspekt: unethische Werbemassnahmen. Als CMP AG bestätigen wir, dass bei uns keine unethischen Werbemassnahmen durchgeführt werden.

D2 KOOPERATION UND SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

Die CMP AG hat im Zeitraum Anfang 2014 bis Ende 2017 eng mit Terra Institute in Brixen kooperiert – speziell in den Themen Organisationsentwicklung und Nachhaltigkeit von Unternehmen – und zusammen einige Projekte realisiert. Seit Sommer 2017 engagiert sich Ralf Nacke wieder stark für die Gemeinwohl-Ökonomie und ist dort ehrenamtlich mit viel Zeiteinsatz für die Bewegung und ihr Anliegen, Unternehmen für die Gemeinwohl-Bilanz zu begeistern, engagiert. In dem Zusammenhang ist er auch im AK Berater*innen im DACH-Koordinations-Team tätig, koordiniert die GWÖ-Berater*innen in der Schweiz und er bindet andere GWÖ-Berater*innen (auch solche in Ausbildung) in konkrete Projekte mit ein.

Zugleich unterstützt er die Weiterentwicklung der Gemeinwohl-Bilanz und Formen/Möglichkeiten für Peergruppen-Prozesse. Dadurch werden Branchenstandards erhöht. Zugleich ist die CMP AG Mitglied bei öbu – dem Verband für nachhaltiges Wirtschaften in der Schweiz und engagiert sich dort für ernsthaftere Nachhaltigkeits- und Organisations-Entwicklungs-Prozesse.

Die Beraterin Verena Nacke hat in ihren Projekten «Hausverwaltung» (Schwerpunkt: Abrechnungsthemen) kaum Möglichkeiten, Branchenstandards zu erhöhen. Kooperationen und Solidarität mit anderen wird durch die Einschaltung von Sub-Auftragnehmern in der Hausverwaltung gelebt.

Verpflichtende Indikatoren

- Wie hoch ist der investierte Zeit- / Ressourcenaufwand für Produkte und Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens? 10-15%
- Wie viel Prozent von Zeit / Umsatz wird durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet / erzielt:
 - Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional): 5%
 - Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere ZG ansprechen: 5%
 - Unternehmen der gleichen Branche in gleicher Region, mit anderer ZG: 2%
- In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen? (Anzahl: x/3)
 - Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards: GWÖ, Transition-/Wandel-Bewegungen, Zivilgesellschaftliche Plattform AGENDA 2030, öbu – Verband für nachhaltiges Wirtschaften

- Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (responsible Lobbying): siehe die vorstehenden Initiativen/Organisationen
- Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards: siehe die vorstehenden vier Initiativen/Organisationen)
- Wie viele Arbeitskräfte / Mitarbeiterstunden wurden an Unternehmen
 - anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? keine
 - der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? keine
- Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen
 - anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? keine
 - der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? keine
- Wie hoch beläuft sich die Summe an Finanzmittel, die an Unternehmen
 - anderer Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? 0 CHF
 - der gleichen Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? 0 CHF

Kurznotizen

1. Schwerpunkte D2: Kooperationen mit GWÖ-Beratern, GWÖ-Unternehmen und Bewegungen/Initiativen, die sich ernsthaft für Nachhaltigkeit und das Gemeinwohl einsetzen.
2. Was wurde im Berichtszeitraum 2018/19 umgesetzt: nach der Trennung von Terra-Institute wurde die Zusammenarbeit mit anderen GWÖ-Berater*innen und Berater*innen für Unternehmenskultur-/Organisationsentwicklung in der Schweiz wieder aufgebaut bzw. intensiviert (Netzwerk)
3. Wo ist das Unternehmen gut? Anwendung und Weiterentwicklung der Gemeinwohl-Bilanz im praktischen Einsatz, u.a. durch Peergruppen-Prozesse. Koordination der GWÖ-Beratung sowie bestehender und möglicher GWÖ-Unternehmen in der Schweiz.
4. Welche Verbesserungen werden gesehen? Mehr Personalressourcen, um Unternehmen auf die gemeinwohl-Bilanz anzusprechen. Diese stehen aktuell jedoch nur über die GWÖ-Regionalgruppen zur Verfügung – nicht in der CMP AG (nicht finanzierbar).
5. Welche Massnahmen sollen dafür bis wann ergriffen werden: aktuell keine

Bewertung: Stufe «**Erfahren**» 50% (Eigeneinschätzung 60%). Es könnte hier noch mehr gemacht werden, wenn die dafür notwendigen Personalressourcen finanzierbar wären.

D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen. Als CMP AG bestätigen wir, dass bei uns auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen komplett verzichtet wird.

D3 ÖKOLOGISCHE AUSWIRKUNG DURCH NUTZUNG UND ENTSORGUNG VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN

Die Dienstleistungen der CMP AG (Beratung sowie Workshops und Seminare) selbst haben ausser der Anreise sowie möglichen Events keinen eigenen ökologischen Fussabdruck. Durch die Beratung für

Nachhaltigkeit und Organisationsentwicklung wird gerade versucht, den ökologischen Fussabdruck bei den Kund*innen drastisch zu reduzieren und bei den Führungskräften und Mitarbeitenden ein Umdenken zu erreichen.

Im Rahmen der Beratung werden auch aktiv auch die Themen Effizienz (gleicher Output mit weniger Ressourcen), Konsistenz (anders/besser produzieren, Langlebigkeit, Re-use, Re-pair, Kreislaufwirtschaft, Re-cycling, ...) und Suffizienz bis massvoller Konsum (Wohlstands- und Konsumwende) sowie die Probleme der «Wachstums-Spirale» angesprochen und mit einzelnen Kund*innen vertieft.

Weniger Möglichkeiten dafür gibt es aktuell in dem Thema «Hausverwaltung», da dieses bislang auf Abrechnungsthemen limitiert ist.

Kurznotizen

1. Schwerpunkte D3: Über Beratungsprojekte bei Kund*innen deren ökologischen Fussabdruck sichtbar zu machen und über konkrete Massnahmen zu senken.
2. Was wurde im Berichtszeitraum 2018/19 umgesetzt: die Beratungs-Konzepte für Konsistenz (anderes Design und anders produzieren bis Kreislaufwirtschaft) und Suffizienz wurden ausgeweitet.
3. Wo ist das Unternehmen gut? Gute Tools zur Erfassung und gruppendynamische Prozesse, um die Organisationen ins konkrete Handeln zu bringen (Umsetzung)
4. Welche Verbesserungen werden gesehen? Keine, da die bestehenden Personalressourcen bereits am Limit sind.
5. Welche Massnahmen sollen dafür bis wann ergriffen werden: aktuell keine

Bewertung: Stufe «**Erfahren**» 50% (Eigeneinschätzung 70%). Die Beratung umfasst die Reduktion des ökologischen Fussabdrucks der Unternehmen und Organisationen (nicht nur Effizienz, sondern auch Konsistenz und Suffizienz). Die Darstellung des ökologischen Fussabdrucks der CMP AG erfolgt unter E3. Der weitere Schwerpunkt ist die Vermittlung/Mobilisierung für Nachhaltigkeitsthemen allgemein. In dem Bereich Beratung «Hausverwaltung» besteht in dem Projekt aktuell noch keine Möglichkeit, ökologische Themen zu forcieren (nicht Teil des Beratungsauftrags).

D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismässiger ökologischer Auswirkungen. Als CMP AG bestätigen wir, dass es bei uns keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismässiger ökologischer Auswirkungen gibt. Wir tun unser Bestes, ökologisches Verhalten zu fördern und im Rahmen der Ausführung unserer Berufstätigkeit verschwenderisches und unökologisches Verhalten zu minimieren.

D4 KUND*INNEN-MITWIRKUNG UND PRODUKTTRANSPARENZ

Von unseren Kund*innen und aus konkreten Projekten lernen wir als Berater*innen am meisten. Im Beratungsgeschäft sind Kunden-Orientierung und Kundenbedürfnisse wirklich zu verstehen ein «MUSS», um erfolgreich sein zu können. Das wird von uns beachtet und wir entwickeln und testen mit Kund*innen deshalb zusammen u.a. neue Konzept- und Workshop-Formate. Zur Vorbereitung betreiben wir auch Marktforschung und führen Gespräche mit Experten und Mitarbeitenden von Unternehmen.

Wir legen unseren Kund*innen im Rahmen von konkreten Angeboten offen, wie wir kalkulieren und was unsere Tages- und Stunden-Sätze sind. Als GWÖ-Berater kommunizieren wir auch offen, zu welchem

Stundensatz wir diese Beratung ermöglichen und welche Preisvorteile diese Beratung über Workshops und gruppendedynamische Formate gegenüber klassischer Beratung bringen.

Gefährliche Inhalts- und Gefahrstoffe gibt es bei unseren Dienstleistungsangeboten nicht.

Verpflichtende Indikatoren

- Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund*innen entstanden sind: 50%
- Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen: nicht relevant, da Dienstleistungen und keine Produkte.
- Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen: 100% (in den Kundenangeboten).

Kurznotizen

1. Schwerpunkte D4: Von den Kund*innen und ihren Herausforderungen/Lösungen lernen sowie neue Tools/Werkzeuge für Zukunftsfähigkeit, Nachhaltigkeit und Organisations-/Kulturentwicklung entwickeln und testen.
2. Was wurde im Berichtszeitraum 2018/19 umgesetzt: nichts wesentlich Neues.
3. Wo ist das Unternehmen gut? Das Gute/Beste sowie Potentiale in Organisationen sichtbar zu machen, u.a. über gruppendedynamische Prozesse und Workshops/Events
4. Welche Verbesserungen werden gesehen? Für einen Kund*innen-Beirat sind wir als Unternehmen zu klein; trotzdem nutzen wir viele Formen des Kunden-Feedbacks. Weitere Verbesserungen werden nicht gesehen, da die bestehenden Personalressourcen bereits am Limit sind.
5. Welche Massnahmen sollen dafür bis wann ergriffen werden: aktuell keine weiteren

Bewertung: Stufe «**Erfahren**» 60% (Eigeneinschätzung 70%). Das Zusammenwirken mit den Kund*innen funktioniert sehr gut – mit Lern-/Erfahrungsprozessen für alle Beteiligten. Wir fordern Feedback aus Kundenprojekten aktiv ein und lernen daraus (als KVP).

D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen. Wir setzen keine Gefahrstoffe ein. Die Gesundheit der Menschen und der Schutz der Umwelt liegen uns sehr am Herzen. Gesetzlich erlaubte Grenzwerte halten wir grundsätzlich ein.

E1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Die CMP AG versucht über ihre Beratungsangebote eine positive gesellschaftliche Wirkung zu erreichen in Richtung «Wirtschaft neu denken um transformieren» sowie «eine sinn-orientierte Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung, die den Menschen dient und die Umwelt/Natur achtet». Das Beratungsangebot der CMP AG unterstützt Unternehmen und Organisationen gezielt in den Themen Organisations-/Kultur-Entwicklung sowie Ziele und Umsetzung für mehr Nachhaltigkeit (ökologische und soziale). Damit soll sowohl dem Grundbedarf, dem persönlichen Wachstum der Menschen, der Stärkung der Gemeinschaft oder der Regeneration der Erde gedient werden. Alle menschlichen Grundbedürfnisse (nach Max-Neef/Rosenberg) werden dadurch unterstützt: 1. Lebenserhaltung/Gesundheit/Wohlbefinden, 2. Schutz/Sicherheit, 3. Zuneigung/Liebe, 4. Verstehen/Einfühlung, 5. Teilnehmen/Geborgenheit, 6. Musse/Erholung, 7. kreatives Schaffen, 8. Identität/Sinn sowie 9. Freiheit/Autonomie.

Der Beratungsbereich «Hausverwaltung» unterstützt nicht alle diese Grundbedürfnisse, sondern ein Impact besteht i.d.R. nur bei 1. Lebenserhaltung/Gesundheit/Wohlbefinden und bei 2. Schutz/Sicherheit.

Hinsichtlich der 17 SDGs werden folgende Ziele unterstützt:

1. Organisations- und Kultur-Entwicklung + Nachhaltigkeitsberatung + Dozententätigkeit: alle 17 SDGs, speziell ganz besonders: (3) Gesundes Leben für alle – ein gesundes Leben für alle Menschen jeden Alters gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern, (4) Bildung für alle – inklusive, gerechte und hochwertige Bildung gewährleisten und Möglichkeiten des lebenslangen Lernens für alle fördern, (7) Nachhaltige und moderne Energie für alle – Zugang zu bezahlbarer, verlässlicher, nachhaltiger und zeitgemässer Energie für alle sichern, (8) Nachhaltiges Wirtschaftswachstum und menschenwürdige Arbeit für alle – dauerhaftes, breitenwirksames und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle fördern, (9) Widerstandsfähige Infrastruktur und nachhaltige Industrialisierung – eine widerstandsfähige Infrastruktur aufbauen, breitenwirksame und nachhaltige Industrialisierung fördern und Innovationen unterstützen, (12) Nachhaltige Konsum- und Produktionsweisen – nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen sowie (14) Sofortmassnahmen ergreifen, um den Klimawandel und seine Auswirkungen zu bekämpfen.



2. Beratung für Hausverwaltung: 6 (Sauberes Wasser und Sanitärversorgung), 7 (Nachhaltige und moderne Energie), 9 (Widerstandsfähige Infrastruktur und nachhaltige Industrialisierung), 11 (Nachhaltige Städte und Siedlungen) und 13 (Massnahmen zum Klimaschutz)

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes:

1. Erfüllte Bedürfnisse

- decken Grundbedürfnisse 100 %
- Statussymbol/Luxus 0 %

2. Dienen der Entwicklung

- der Menschen 100 %
- der Erde/Biosphäre 100 %
- löst gesellschaftlich/ökologische Probleme lt. UN-Entwicklungszielen 100 %

3. Nutzen der Produkte/Dienstleistungen:

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

- Negativnutzen 0 %

Kurznotizen

1. Schwerpunkte E1: Beratungsangebote für Nachhaltigkeit und Organisations-/Kulturentwicklung – auch mit Fokus auf die SDG-Themen
2. Was wurde im Berichtszeitraum 2018/19 umgesetzt: Zusätzlicher Fokus auf die SDGs und die Ausweitung des Beratungsangebots im Bereich Gemeinwohl-Bilanzierung von Unternehmen.
3. Wo ist das Unternehmen gut? Kompetenz in diesen Themenfeldern und ihr Beratungsansatz über gruppenspezifische Prozesse
4. Welche Verbesserungen werden gesehen? Keine, da die bestehenden Personalressourcen bereits am Limit sind.
5. Welche Massnahmen sollen dafür bis wann ergriffen werden: aktuell keine

Bewertung: Stufe «**Erfahren**» 60%. Vorbildlich in der Nachhaltigkeits- und OE-Beratung. Verbesserungspotentiale werden noch in dem Themenfeld Hausverwaltung gesehen.

E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen. Wir bestätigen, dass von uns keine der von der Gemeinwohl-Ökonomie aufgelisteten menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen produziert oder verkauft werden.

E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

Wir können als Unternehmen bestätigen, dass wir zusätzlich zum direkten materiellen Beitrag zur Sicherung des Gemeinwesens eine Gesamtstrategie und eine Vision für das ehrenamtliche Engagement von Menschen in der Gesellschaft haben. Zudem setzen wir strukturelle Massnahmen um, um Korruption und illegitime Steuervermeidung intern und bei den direkten Geschäftspartner*innen zu verhindern.

Die CMP AG zahlt alle anfälligen Steuern (Vermögens- und Gewinnsteuern auf Ebene Kanton und Gemeinde sowie auf der Ebene Bund Gewinnsteuer und Mehrwertsteuer). Abgaben werden geleistet für AHV und die Pensionskasse. Zudem gibt es diverse Versicherungen (Unfall, Betriebshaftpflicht, ...). Die Mitarbeitenden versteuern ihre jeweiligen Gehälter selbst. Steuern im Ausland fallen keine an.

Die CMP AG hat im Berichtszeitraum 2018 keine staatlichen Förderungen oder Subventionen erhalten.

Spenden hat die CMP AG im Berichtszeitraum 2018 keine getätigt. Sie ist jedoch Mitglied bei öbu – dem Verband für nachhaltiges Wirtschaften in der Schweiz sowie in der GWÖ Schweiz. Konkrete Arbeitsleistungen als freiwilliges gesellschaftliches Engagement werden von

- Dr. Ralf Nacke für die GWÖ in der Schweiz erbracht (Mitglied im Vorstand, Co-Koordination Regionalgruppen Luzern und Zürich, Mitglied im Koordinations-Team AK Berater, Mitglied AK Fundraising und im International Finance Board der GWÖ, diverse Vorträge/Workshops ohne Vergütung) – Umfang: ca. 40% der gesamten Arbeitsleistung in 2018 = ca. 720 Std. p.a.
- Verena Nacke für Yoga for All (Yogalehrerin für weibliche Flüchtlinge in Luzern + Unterstützung/Betreuung) und Mitglied im Vorstand «Kinderdörfer in Litauen» - ca. 270 Std. p.a.

Ein direkter Eigennutzen wird durch dieses Engagement nicht angestrebt. Die CMP AG generiert über das ehrenamtliche Engagement von Ralf Nacke auch Projekte und Kontakte in der Nachhaltigkeitsberatung (Gemeinwohl-Bilanz-Erstellung). Im Berichtszeitraum 2018 lag der Umsatz als GWÖ-Berater aber unter 5'000 CHF (Berichtszeitraum 2017: < 10'000 CHF).

Als Berater leisten wir durch unsere Tätigkeit für die CMP AG und unser ehrenamtliches Engagement wichtige Beiträge für das Gemeinwesen. Die Begleitung von Gemeinwohl-Bilanzierungs-Prozessen und auch die Projekte mit öbu – dem Verband für nachhaltiges Wirtschaften in der Schweiz (350 Mitgliedsunternehmen) erzeugen Impact und «Ausstrahlung».

Verpflichtende Indikatoren

Umsatz: < 250'000 CHF (2018 und 2019)

Nettoabgabenquote, darin sollen folgende Beiträge eingerechnet werden:

- effektiv bezahlte Ertragsteuern (Einkommenssteuer, Körperschaftssteuer)
- lohnsummenabhängige Steuern und Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitgeber (in der Schweiz werden nur AHV-Beitrag und die 2. Säule bezahlt)
- Summe der Lohnsteuer und SV-Beiträge der unselbstständig Beschäftigten (nicht relevant in der Schweiz)
- abzüglich aller unternehmensbezogener Subventionen und Förderungen (keine bezogen)

Diese Netto-Abgaben werden auf die ausgewiesene Wertschöpfung (Gewinn vor Steuern plus Fremdkapitalzinsen plus Einnahmen aus Mieten und Verpachtung) bezogen und ergeben damit die relative Netto-Abgabenquote: für die CMP AG nicht berechenbar und auch nicht aussagekräftig. Es wurde in 2018 ein Verlust ausgewiesen. Für 2019 wird jedoch ein kleiner Gewinn erwartet.

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an betrieblichem Nutzen dieser Leistungen (in Prozent des Umsatzes bzw. der Gesamtjahresarbeitszeit): die CMP hat an die GWÖ Schweiz einen Jahresbeitrag von 180 CHF bezahlt (2018 und 2019). Zudem wurden Spenden von 500 CHF getätigt (2019). Das ehrenamtliche Engagement der beiden Berater könnte auch monetär bewertet werden und würde je nach Stundensatz (50 CHF/Std. oder 100 CHF/Std.) zwischen 49 k und 99 k CHF erreichen.

Kurznotizen

1. Schwerpunkte E2: Unternehmen und Organisationen dazu animieren, sich stärker für das Gemeinwohl und ehrenamtliche Tätigkeiten zu engagieren.
2. Was wurde im Berichtszeitraum 2018/19 umgesetzt: verstärkte ehrenamtliche und berufliche Tätigkeit für die Gemeinwohl-Ökonomie in der Schweiz (Dr. Ralf Nacke)
3. Wo ist das Unternehmen gut? in dem vorbenannten Animieren und in der ehrenamtlichen Tätigkeit der beiden Berater.
4. Welche Verbesserungen werden gesehen? Keine, da die bestehenden Personalressourcen bereits am Limit sind.
5. Welche Massnahmen sollen dafür bis wann ergriffen werden: aktuell keine

Bewertung: Stufe «**Erfahren**» 40% (Eigeneinschätzung 50%). Mit den bestehenden Personalressourcen kann ohne eine Aufgabe der Work-Life-Balance nicht mehr erreicht werden.

E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung. Die CMP AG bestätigt, dass sie als Unternehmen keinerlei Praktiken betreibt, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entziehen.

E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention. Wir bestätigen als CMP AG, dass wir selbst keine korruptionsfördernden Praktiken betreiben und dass sämtliche Lobbying-Aktivitäten offengelegt wurden.

E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

Die Beratung von Unternehmen und die Organisation/Durchführung von Seminare und Trainings hat nur geringe ökologische Auswirkungen. Der bei weitem grösste Fussabdruck entsteht durch Reisetätigkeiten mit dem Geschäftswagen und öffentlichen Verkehrsmitteln.

Die CMP AG ist im Haus der Geschäftsführerin eingemietet, d.h. beide Berater arbeiten vom Home-Office aus. Seit einigen Jahren messen sie auch ihren ökologischen Fussabdruck (Beruf und privat) und setzen Massnahmen um, diesen jeweils zu reduzieren. U.a. wurde dazu im Jahr 2015 eine Solaranlage auf dem Dach installiert, die mehr Strom produziert, als insgesamt im Jahr verbraucht wird. Der grösste Fussabdruck wird durch Reisetätigkeit verursacht. Beide Berater versuchen, dazu den ÖV zu nutzen. Dieses gelingt aber nicht immer bzw. ist zu zeitaufwändig. Es gibt ein Geschäftsfahrzeug (9 Jahre alter Audi Q5 – nunmehr mit Austauschmotor - Benziner), das für Geschäftsfahrten zu Kunden und Veranstaltungen auch eingesetzt wird.

Auf Geschäftsreisen wird soweit als möglich verzichtet – u.a. durch den Einsatz von skype-Konferenzen. Trotzdem ist vor-Ort-Präsenz bei den Kund*innen notwendig und oft ist die Anreise dorthin mit dem ÖV zu zeitaufwändig oder es müssen Utensilien mitgebracht werden (Notebook, Beamer, Flipchart, Moderatoren-Koffer, ...), welche über ÖV im Transport nicht zumutbar sind.

Verpflichtende Indikatoren

Entsprechend dem Tätigkeitsfeld des Unternehmens sind relevante Umweltkonten zu berichten:

	Menge	CO2-Äquivalent
Ausstoss klimawirksamer Gase in	0 kg	
Transporte (und dessen CO2 Äquivalent) (total)		10'400 kg
Benzinverbrauch (und dessen CO2 Äquivalent)	siehe Transporte	
Stromverbrauch (und dessen CO2 Äquivalent)	Eigenproduktion	
Gasverbrauch (und dessen CO2 Äquivalent)		
Heizenergie (in Bezug auf die jeweilige Durchschnittstemperatur)	kWh/°C	5'600 kg
Verbrauch von Trink- und Regenwasser	n.n.	
Chemikalienverbrauch	0 kg	
Papierverbrauch (inkl. Drucksachen)	13 kg	21 kg
Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien	0 kg	
Kunstlichteinsatz in Lumen	n.n.	
Schadstoffemissionen	n.n.	

Der ökologische Fussabdruck der CMP AG beträgt insgesamt 16,6 t (siehe nachstehende Excel-Aufstellung). Der Abdruck pro Berater beträgt somit 8,3 t p.a. (vs. 9,8 t im Berichtszeitraum 2016).

Grundsätzlich gilt der Ansatz «Messen», d.h. Erfassen des ökologischen Fussabdrucks, und weitere Ansätze entwickeln, diesen Fussabdruck über konkrete Ziele und Massnahmen zu «reduzieren». Bei verbesserter Ertragslage der CMP AG soll auch das Thema «Kompensieren» angegangen werden. In Kunden-Projekten wird auch versucht, diesen Ansatz für Klimaneutralität umzusetzen – i.d.R. mit dem Einstieg über ein Seminar zum «Klimawandel».

Beschwerden der Anwohner bzw. Kontroversen mit Anrainer*innen bzgl. ökologischer Belastungen liegen keine vor. Relevante Gesetze und Verordnungen werden eingehalten.

Kurznotizen

1. Schwerpunkte E3: Senkung des ökologischen Fussabdrucks der CMP AG von 9,8 t (2016) auf 8,3 t (2018)
2. Was wurde im Berichtszeitraum 2018/19 umgesetzt: Seminare zum Klimaschutz mit Unternehmen. Stärkere Nutzung ÖV für Geschäftsreisen.
3. Wo ist das Unternehmen gut? Stromerzeugung über Solardach (Privatinvestition der Berater), Skype-Kommunikation
4. Welche Verbesserungen werden gesehen? Noch mehr Geschäftsreisen Reisen über ÖV. Umstellung der Heizung von Öl auf Geothermie. Reduktion des Papierverbrauchs (primär ausgedruckte Unterlagen für Seminarteilnehmer).
5. Welche Massnahmen sollen dafür bis wann ergriffen werden: Die Umstellung im Bereich Wärme soll in 2020 projektiert und umgesetzt werden.

Bewertung: Stufe «**Erfahren**» 50%. Der Fussabdruck durch Geschäftsfahrten mit dem Pkw ist doch recht hoch; deshalb nur erfahren

E3 Negativaspekt: Verstösse gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen. Als CMP AG bestätigen wir, dass wir nicht gegen Umweltauflagen verstossen und die Umwelt auch nicht über die vorstehenden Angaben hinaus nicht unangemessen belasten.

*Bewertungsunterstützung
CO₂-Rechner (Excel-Format)*

CO ₂ -Rechner		myclimate CO ₂ -Rechner		
Werte in Spalte E eingeben		https://co2.myclimate.org/de/bildest-further-emissions		
Werte CMP AG 2018		Verbrauch	CO ₂ in kg/a	CO ₂ kg/Einh.
Heizung				
Heizöl in Litern	l	1'750	5'582	3.19
Erdgas in m ³	m ³	0	0	2.82
Fernwärme in kWh	kWh	0	0	0.13
Stromverbrauch				
Stromverbrauch in kWh	kWh	0	0	0.15 Schweiz
- ökostrom	kWh	0	0	0.01 Eigenzeugung Solardach
Mobilität				
Fahrten mit dem Kleinwagen	km	0	0	0.20 5l Benzin
Fahrten Pkw ab Golfklasse	km	35'000	10'010	0.29 8l Benzin
Fahrten mit dem Bus	km	0	0	0.10
Fahrten U-/S- o. Strassenbahn	km	2'000	162	0.08
Fahrten Zug (ICE, IC, EC, ...)	km	10'000	194	0.02
Inlandsflüge (bis 800 km)	km	0	0	0.25 Economy
Mittelstreckenflüge (bis 2000 km)	km	0	0	0.20 Economy
Langstreckenflüge (> 2000 km)	km	0	0	0.19 Economy
Sonstige				
Übernachtungen (Geschäftsreisen)	Anz.	10	187	18.69
Neue Computer u. Bildschirme	Anz.	1	336	336.40
Papierverbrauch	kg	12	18	1.48
Drucksachen	kg	1	3	3.10
Abfall	kg	36	18	0.51
Abfall Plastik	kg	3	16	5.23
Abfall Elektronik	kg	1	67	66.57
Events	hängt von der Anz. der Teilnehmer, Anreise, Verpflegung ,etc. ab			
		16'592		

E4 TRANSPARENZ UND GESELLSCHAFTLICHE MITENTSCHEIDUNG

Die CMP AG und ihre Berater setzen sich für eine transparente, ehrliche, vollständige, unmissverständliche und vor allem faktenbasierte Informationspolitik ein. Die CMP AG versucht über die Website www.cmpartners.ch ihre Dienstleistungen und auch konkrete Projekte (z.B. Seminare/Workshops) sichtbar zu machen und dabei jeweils darauf hinzuweisen, warum Nachhaltigkeit (wie z.B. Klimaschutz) sowie Organisations- und Kulturentwicklung nicht nur für einzelne Unternehmen sondern für die Wirtschaft und die Gesellschaft so wichtig sind.

Bürger*innen treten i.d.R. mit der CMP AG über deren Engagement für die Gemeinwohl-Ökonomie und die -Bilanz in Kontakt. Weitere Interessen wurden bislang noch nicht geltend gemacht – auch keine auf eine mögliche Mitbestimmung.

Mit der GWÖ-Mikrobilanz hat die CMP AG im Juli 2019 Neuland betreten (ein von ihr initiiertes Pilotprojekt für Kleinstunternehmen). Diese Mikrobilanz war die Vorstufe zu dieser Kompaktbilanz. Die CMP AG hat bereits 2x eine Gemeinwohl-Bilanz erstellt und nunmehr zum Dezember 2019 diese Kompaktbilanz Matrix 5.0 ausgefertigt. Diese soll auditiert und veröffentlicht werden.

Verpflichtende Indikatoren

- Veröffentlichung eines Gemeinwohlberichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung: bereits der 3. Gemeinwohl-Bericht
- Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen (in % der relevanten Entscheidungen, je nach Mitbestimmungsgrad): nicht relevant – siehe vorstehende Ausführungen

Kurznotizen

1. Schwerpunkte E4: Dozenten-Tätigkeit an Hochschulen in den Themen Nachhaltigkeit, Gemeinwohl-Engagement, Suffizienz als Lebensstil und «Wirtschaft neu denken» + Non Financial Reporting über die eigene Gemeinwohl-Bilanz.
2. Was wurde im Berichtszeitraum 2018/19 umgesetzt: Dozententätigkeit Dr. Ralf Nacke an diversen Hochschulen mit dem Schwerpunkt «Wirtschaft neu denken und alternative Wirtschaftsansätze» (inkl. Gemeinwohl-Ökonomie) + Publikation der CMP Mikrobilanz im Kreis der GWÖ-Berater.
3. Wo ist das Unternehmen gut? Veranstaltungen zur Bewusstseinsentwicklung/Transformation zu besuchen und mit zu organisieren. Dozententätigkeit von Dr. Ralf Nacke.
4. Welche Verbesserungen werden gesehen? Keine, da die Personalressourcen nicht mehr hergeben.
5. Welche Massnahmen sollen dafür bis wann ergriffen werden: externe Auditierung der 3. Gemeinwohl-Bilanz für die CMP AG (Matrix 5.0).

Bewertung: Stufe «**Erfahren**» 50%. In dem Beratungsfeld «Hausverwaltung» kann zukünftig noch mehr gemacht werden.

E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation. Wir bestätigen, dass wir keine falschen Informationen über unsere Firma, unsere Tätigkeiten sowie gesellschaftliche Phänomene verbreiten.

EU KONFORMITÄT: OFFENLEGUNG VON NICHT-FINANZIELLEN INFORMATIONEN (EU COM 2013/207)

Wir verwenden den Berichtsstandard der Gemeinwohl-Ökonomie für die Erfüllung der Non-Financial-Reporting-Vorgaben, weil die Gemeinwohl-Bilanz universell, messbar, vergleichbar, allgemeinverständlich, öffentlich und extern auditiert ist.

BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ (MIKRO)

In die Erstellung des Gemeinwohl-Berichts sind beide Berater involviert. Konzipiert und geschrieben wurde er von Ralf Nacke. Es konnte auf den beiden früheren Berichten aufgesetzt werden, auch wenn die Matrix 5.0 doch deutlich unterschiedliche Anforderungen stellt. Eine Abschätzung des Zeitaufwandes ist schwer möglich (> 100 Std.), da die MIKRO-Bilanz der CMP AG (Kurzbericht für die Veröffentlichung + interne längere Version mit Notizen zu den einzelnen Kriterien) im Rahmen eines Pilotprojekts erstellt und damit deutlich mehr Zeitaufwand als sonst üblich erfordert hat. Als Stakeholder wurden u.a. zwei Peergruppen sowie die GWÖ-Berater*innen der Schweiz mit involviert. Die Besprechung der Kompaktbilanz mit der Auditorin Gitta Walchner (D-Freiburg) erfolgte im Dezember 2019.