



Wir sind ein
**GEMEINWOHL
UNTERNEHMEN**
und erstellen die Gemeinwohl-Bilanz



GEMEINWOHL-BERICHT **Kompaktbilanz 5.0**

der CMP Competent Management Partners AG

Berichtszeitraum 2021/22 (vierter Gemeinwohl-Bericht, zuletzt 2018/19)



Zukunftsfähigkeit

Perspektiven erschliessen, Chancen nutzen und Risiken vermeiden

- [Herausforderungen](#)
- [Organisations-Entwicklung](#)
- [Grossgruppen-Formate](#)
- [Unternehmens-Kulturen](#)
- [Agile Organisationen](#)
- [Meeting-Praktiken](#)
- ["Change" bewirken](#)
- ["Zukunftskonferenz"](#)

Nachhaltigkeit

Unternehmerische Verantwortung für Gesellschaft und Wirtschaft wahrnehmen

- [Nachhaltigkeit lohnt sich](#)
- [Corporate Responsibility](#)
- [Studie Erfolgsfaktoren](#)
- [C\(S\)R Themenspektrum](#)
- [Gemeinwohl-Bilanz](#)
- [Klimaschutz](#)
- [Circular Economy](#)
- [Wirtschaft neu denken](#)

Seminare

Themen in Organisationen wirksam implementieren und verankern

- [Seminar- und Workshop-Angebote](#)
- [Effective MEMO Writing](#)
- [Reinventing Organizations](#)
- [Dialog-Kultur und Meeting-Praktiken](#)
- [Klimaschutz - er geht uns alle an](#)
- ["Suffizienz" - weniger ist mehr](#)

Zukunftsfähigkeit und Nachhaltigkeit von Unternehmen: Dazu haben wir kürzlich **48 Webinare** durchgeführt, die über YouTube sowie Download der Präsentationen zur Verfügung stehen: a) Nachhaltigkeit von Unternehmen (inkl. Lieferkette), b) CO₂- & ökologischer Fussabdruck, c) Herausforderungen & Zukunftsfähigkeit, d) Veränderungen bewirken, e) Gemeinwohl-Bilanz und Non-Financial-Reporting, f) Unternehmenskultur & NewWork bis Agilität, g) Kreislaufwirtschaft bis Suffizienz, h) Nachhaltige Finanzanlagen, i) Ansätze für «Wirtschaft neu denken». [Link](#) zu den Webinaren.



INHALTE

	Seite		Seiten
Allgemeine Informationen zum Unternehmen	2	Bericht zu den 20 Kriterien	
Kurzpräsentation des Unternehmens – inkl. Produkte / Dienstleistungen	3	A1-A4 (Lieferant*innen)	12-16
Das Unternehmen und das Gemeinwohl	3	B1-B4 (Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen)	16-21
Handlungsfelder Nachhaltigkeit und Gemeinwohl (Wesentlichkeitsmatrix)	5	C1-C4 (Mitarbeitende)	21-25
Bewertung Kompakt-Bilanz (Audit)	5	D1-D4 (Kund*innen und Mitunternehmen)	26-31
Ausblick mit Kurz- und Langfristzielen	6	E1-E4 (Gesellschaftliches Umfeld)	31-38
Umweltauswirkungen und CO ₂ -Fussabdruck	8	EU-Konformität	39
Bedeutung der UN Entwicklungsziele für die CMP AG	9	Beschreibung des Prozesses	39

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: 170'994 CHF (2022) / 152'637 (2021)

Jahresüberschuss: liegt für das Jahr 2022 noch nicht vor / 17'459 (2021)

Firmensitz: Huobstrasse 25, CH-6333 Hünenberg See

Verbundenen Unternehmen: keine

Berichtszeitraum: 2021/22 (vierter Bericht als Kompaktbilanz nach Matrix 5.0). 2018/19 (dritter Bericht als Kompaktbilanz, Matrix 5.0). Für den Zeitraum 2015/16 gibt es eine auditierte Gemeinwohl-Bilanz Matrix 4.1. 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“ in den Themenfeldern «Zukunftsfähigkeit», «Nachhaltigkeit» und «Seminare» - siehe Home-Seite www.cmpartner.ch.

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 gruppensdynamische 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. Recht 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 war bis Ende 2022 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	34%
Organisations-/Kultur-Entwicklung	18%
Beratung Hausverwaltung	39%
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.

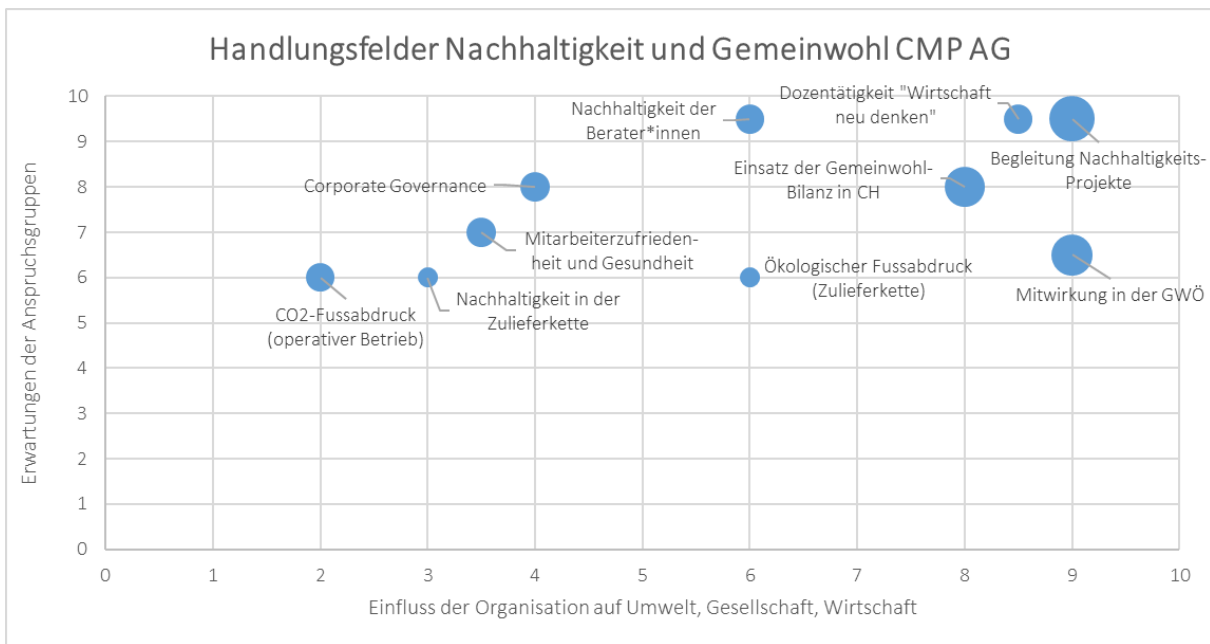
Beide Berater engagieren sich ehrenamtlich für gesellschaftliche Projekte und das Gemeinwohl. Frau Verena Nacke hat u.a. vor 22 Jahren das Projekt Kinderdörfer in Litauen – inzwischen umbenannt in Kinder- und Jugendförderung in Litauen - www.jugendfoerderung-in-litauen.org - initiiert und mit viel Engagement 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 war über insgesamt 7 Jahre 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 (ZHAW, HSLU, Kalaidos, ost.ch) sowie auch in D-Ravensburg für die Nachhaltigkeits-Themen aktiv.

Diese Kompaktbilanz (Matrix 5.0) ist der 4. Gemeinwohl-Bericht der CMP AG, auditiert im Rahmen einer Peergruppen-Evaluation. Anfang Jan. 2020 wurde der 3. Bericht (Matrix 5.0) finalisiert und auditiert (521 Punkte – «Erfahren»). In 2017 wurde der 2. Bericht (Matrix 4.1) für den Berichtszeitraum 2016 erstellt und auditiert («Erfahren» - 546 Punkte). Für den Zeitraum 2014 wurde die erste Gemeinwohlabilanz 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.

HANDLUNGSFELDER NACHHALTIGKEIT UND GEMEINWOHL (WESENTLICHKEITSMATRIX)

Die CMP AG hat sich in Anlehnung an die Wesentlichkeitsmatrix des GRI-Ansatzes auch mit den Handlungsfeldern auseinandergesetzt, in denen sie glaubt, Impact, d.h. Wirkung zu haben. Dazu wurden die

10 wichtigsten Handlungsfelder bestimmt und nach ihrer Bedeutung für die Stakeholder sowie den jeweiligen Einfluss der CMP AG auf Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft bestimmt.



De facto ist der Einfluss der CMP AG mit ihren zwei Beratern in der Schweiz recht gering. Am wichtigsten sind nach unserer Einschätzung die Begleitung von Nachhaltigkeitsprojekten, die Mitwirkung in der Bewegung Gemeinwohl-Ökonomie und die Dozententätigkeit von Ralf Nacke für «Wirtschaft neu denken», wo er ein Pionier in der Schweiz ist. Nicht in der Grafik aufgenommen ist die von Verena Nacke ausgeübte Beratungstätigkeit im Bereich Hausverwaltung mit einem sehr geringen Einfluss auf Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft.

BEWERTUNG KOMPAKTBILANZ



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



Zertifikat:

Peerevaluation

Gemeinwohl-Bilanz

**CMP Competent
Management Partners
AG**

M5.0 Kompaktbilanz

2021/2022

**Peergruppe Schweizer
Berater*innen**

zert. Begleiter*in

**Gitta Walchner
Ralf Nacke**

Beteiligte Peergruppen Firmen

Thomas Schanz Solutions
Rauszeit Agentur
Andreas Bachofner GmbH

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berührungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 40 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 30 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 30 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 30 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 30 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 80 %	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: 70 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 80 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern: 60 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 60 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 50 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 60 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 50 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 50 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 60 %
			Zertifikat gültig bis 30.06.2025	BILANZSUMME: 549

Mit diesem Zertifikat wird die Peerevaluation des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Zertifikat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. ZertifikatID: gob7g
Nähere Informationen zur Matrix und dem Peersystem finden Sie auf www.ecogood.org

Hamburg, 03.06.2023



Bridget Knapper and Manfred Jotter / Executive Directors
International Federation for the Economy for the Common
Good e.V, VR 24207

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

Die CMP AG kommt für den Berichtszeitraum 2021/22 insgesamt auf 549 Punkte, d.h. sehr «Erfahren» in Bezug auf die meisten Kriterien und Ziele der Gemeinwohl-Ökonomie. Zum Vergleich die Bewertungen 2019 (521 Punkte / Matrix 5.0), 2016 (546 Punkte / Matrix 4.1) und 2014 (509 Punkte / 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.

BILANZ-ÜBERSICHT		
Menschenwürde	152,3 von 244	62 %
Solidarität & Gerechtigkeit	169,8 von 291	58 %
Ökologische Nachhaltigkeit	139,5 von 291	48 %
Transparenz & Mitentscheidung	87,2 von 174	50 %
SUMME	549 von 1000	55 %

Im Wertebereich ist die CMP AG bei «Menschenwürde» am stärksten (62%). Das grösste Potenzial zur weiteren Verbesserung besteht in der Zulieferkette (nur 32%).

BILANZ-ÜBERSICHT		
Lieferant*innen	74,4 von 233	32 %
Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen	55,8 von 93	60 %
Mitarbeitende	190,7 von 279	68 %
Kund*innen und Mitunternehmen	116,3 von 186	63 %
Gesellschaftliches Umfeld	111,6 von 209	53 %
SUMME	549 von 1000	55 %

Management-Summary der Auditorin Gitta Walchner (kursiv) zum Bericht 2018/19:

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.

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.

Dazu hat die CMP AG im Rahmen der Ausrichtung der Zukunftskonferenz im Sept. 2021 und deren Nachbereitung das **Positionspapier** «Verantwortungsbewusstes Wirtschaften im 21. Jahrhundert» ([Download](#)) mitentwickelt und publiziert.

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:

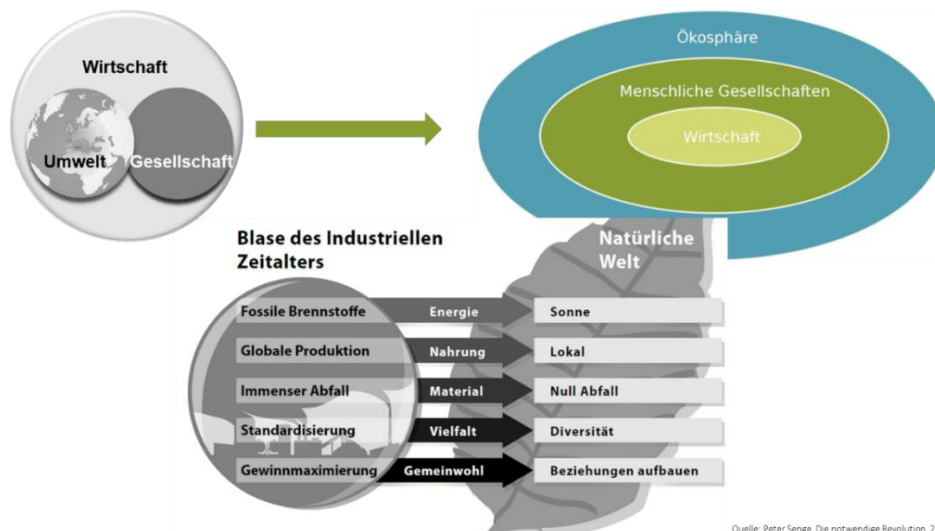
- | | |
|---|---|
| (1) Mehr ist besser | (8) Konkurrenz ist ein Naturgesetz |
| (2) Geld = Erfolg | (9) Menschen brauchen Konkurrenz als Motivator |
| (3) Sich um das Gemeinwohl zu kümmern ist Aufgabe der Politik, nicht der Wirtschaft | (10) Mit sozialen Projekten kann/darf man kein Geld verdienen |
| (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. Reifer, 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. Grundsätzlich ist der Mainstream noch nicht bereit sich von dem vorherrschenden Wachstumszwang zu lösen und eine Entkoppelung in

der Ressourcennutzung voran zu treiben. Die Gemeinwohl-Bilanz als erprobtes Organisationsentwicklungs-Instrument bietet Unternehmen sich in den relevanten Nachhaltigkeitskriterien umfassend zu überprüfen und Massnahmen zur Weiterentwicklung festzulegen. Zugleich wird Unternehmen in diesem Prozess bewusst, wie wichtig Unternehmen für ein friedvolles und sinnvolles Zusammenwirken in der Gesellschaft und wie sie konkret dazu beitragen.

Kurzfristig streben wir folgende Ziele im Beratungsgeschäft an:

- (1) Weitere Begleitung von Unternehmen in der Schweiz in der Anwendung der Gemeinwohl-Bilanz sowie in weiteren Transformations-Prozessen für umfassende Nachhaltigkeit und Engagement für das Gemeinwesen.
- (2) Fortsetzung der Kooperation mit öbu – dem Verband für nachhaltiges Wirtschaften in der Schweiz, um hierüber Unternehmen für die Gemeinwohl-Bilanz zu interessieren (2023 ff)
- (3) Ausbau Gast-Dozenten-Tätigkeit bei Schweizer Hochschulen und auch im Schulbereich für Nachhaltigkeits-Herausforderungen (ein Schwerpunkt: Netzwerk von Bildungsreferent*innen in der Schweiz auf- und ausbauen)
- (4) Kooperation mit erfahrenen Berater*innen, die Gemeinwohl-Bilanz-Prozesse unterstützen wollen, und Integration solcher Berater*innen in konkrete Projekte.

Was seit dem Gemeinwohl-Bericht 2018/19 konkret verbessert wurde::

- B2: die CMP AG braucht mehr Nachhaltigkeits-Projekte, die ausreichend vergütet werden. Dies konnte realisiert werden
- B3/E3: die Umstellung der Ölheizung auf Wärme-Pumpe konnte in 2021 realisiert werden. Im Frühjahr 2022 wurde dafür die Solaranlage aufgestockt, so dass weiterhin deutlich mehr Strom produziert, als selbst verbraucht wird. Der CO₂-Fussabdruck aus den Bereichen Strom- und Wärmeverbrauch konnte somit von den 5,6 t in 2019 auf 0 t in 2022 gesenkt werden.
- C3/E3: es wurden deutlich weniger Geschäftsreisen mit dem Firmenfahrzeug getätigt (12'500 km anstatt vormals 35'000km). Eine CO₂-Kompensation des eigenen Firmen-Fussabdrucks ist bislang wegen des geringen Fussabdrucks von 6,1 t insgesamt und keinem Zugang zu hochwertigen und glaubwürdigen CO₂-Kompensations-Projekten nicht getätigt. Bei myclimate würde dieses eine Zahlung von 183 CHF erfordern (30 CHF/t CO₂).

Welche konkreten Verbesserungen wurden im Gemeinwohl-Bericht 2021/22 festgehalten:

- A-Kriterien: Auf die Einkaufsrichtlinien der CMP AG mit Nachhaltigkeitsanforderungen bei konkreten Einkäufen hinweisen und die Lieferkette stärker zu hinterfragen
- A3//C3/D3/E3: Weitere Reduktion des Einsatzes von Geschäftsfahrten mit dem Pkw über eine verstärkte ÖV-Nutzung und virtuelle Meetings. In 2024 soll der 12 Jahre alte Geschäftswagen Audi Q5 durch ein gebrauchtes E-Mobil ersetzt werden. Eine Reduktion der Flüge von Frau Nacke auf der Strecke Zürich-Düsseldorf (1,5 t CO₂ p.a.) wird sich in 1 bis 2 Jahren durch eine geplante Büroauflösung in Essen ergeben.

Der grösste Impact kann mit den vorstehend beschriebenen vier Zielen im Beratungsgeschäft erreicht werden. Die Personalressourcen der CMP AG sind mit zwei Beratern sehr begrenzt. Eine personelle Expansion ist nicht geplant.

Langfristig (Ausblick 5 Jahre) wollen wir unterstützen, dass die Gemeinwohl-Bilanz als wichtiges Organisations-Entwicklungsinstrument in der Schweiz anerkannt und genutzt wird. Zudem werden 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 lag im Jahr 2022 bei 3,0 t (2019: 8,3 t / 2016: 9,8 t). Der grösste Anteil davon resultiert aus notwendigen Reisen mit dem Pkw zu Kund*innen/Projekten, die jedoch von 35 k km auf 12,3 k km gesenkt werden konnten – primär durch ein deutliches Mehr an virtuellen Meetings. Hinzu kommen 13 Flüge Zürich-Düsseldorf für das Projekt Hausverwaltung (5,9 k km). Durch die Eigenerzeugung vom Strom mittels Solardach und Wärme mittels Wärmepumpe ergeben sich aus dem Strom- und Wärmeverbrauch 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	0 t – in 2021 wurde die Ölheizung durch eine Wärmepumpe ersetzt. In 2022 wurde der zusätzliche Strombedarf der Wärmepumpe durch den Ausbau der PV-Anlage mehr als kompensiert.	0,0 t	n.a.
CO2 Ausstoss aufgrund von Transport	5,1 t	2,55 t	n.a.
Wasserverbrauch in L/Tag od. Monat	Gering		
Müll unterteilt in Schadstoffklassen in t	0,1 t	0,05 t	
Weitere Emissionen in entsprechender Masseinheit (s. Aufstellung bei E3)	0,9 t	0,43 t	

Im Berichtszeitraum 2022 haben wir keine Kompensation des CO₂-Ausstosses vorgenommen.

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 Lieferkette A1 	Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette A2 	Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette A3 	Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette 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 Übersicht zum Einkaufsvolumen zeigt, dass die Miete und die Abschreibungen auf die getätigten Investitionen für fast 50% der Kosten in der Lieferkette verantwortlich sind, gefolgt mit den Reisekosten und Beratungs-Fremdleistungen mit weiteren 22%.

In den Feldern A1 bis A4 erfolgte jeweils eine Einschätzung, wie hoch der Anteil fairer Arbeitsbedingungen, Thematisierung fairer und solidarischer Umgang, ökologisch höherwertige Alternative sowie transparenter und partizipativer Umgang in den jeweiligen Einkaufspositionen sind. Diese Ergebnisse werden bei den verpflichtenden Indikatoren zu A1 bis A4 kurz kommentiert.

Einkaufsvolumen 2021					Einschätzung für das Jahr 2021			
	2021	in %	2020	in %	A1 *	A2 **	A3 ***	A4 ****
<i>Werte in CHF</i>								
Miete (Familie Nacke)	18.000	30,4%	15.750	32,8%	100%	100%	100%	100%
AfA für Investitionen (Wärmepumpe, Auto, Computer)	11.313	19,1%	11.190	23,3%	60%	60%	60%	0%
Reisekosten (Zug, Parkhaus, Übernachtungen)	7.869	13,3%	2.164	4,5%	100%	50%	80%	0%
Fremdleistungen Berater*innen	5.064	8,6%	3.742	7,8%	100%	100%	100%	100%
Telekommunikation / Porti	5.028	8,5%	4.455	9,3%	100%	30%	30%	0%
Fahrzeugaufwand	4.205	7,1%	6.617	13,8%	60%	10%	30%	0%
Büromaterial	2.159	3,6%	1.006	2,1%	50%	0%	20%	0%
Rechtsberatung	1.526	2,6%	1.258	2,6%	100%	100%	100%	100%
Verwaltungsaufwand (inkl. Versicherungen)	4.022	6,8%	1.801	3,8%	80%	0%	50%	0%
	59.186	100,0%	47.984	100,0%	86%	63%	72%	42%
					* Anteil faire Arbeitsbedingungen			
					** Anteil Thematisierung fairer und solidarischer Umgang			
					*** Anteil ökologisch höherwertige Alternative			
					**** Anteil Thematisierung transparenter und partizipativer Umgang			

Hinweis zur Tabelle: die Einschätzungen zu A1-A4 beziehen sich nur auf die direkten Lieferanten und zwar insoweit, ob wir etwas wissen oder in Erfahrung bringen konnten über deren Arbeitsbedingungen, deren Thematisierung fairer und solidarischer Umgang, etc.. Es ist keine Einschätzung, wie gut sie in diesen Themen sind. Bei einem Grossteil der Lieferanten – z.B. SBB, Deutsche Bahn, Swiss, Post und Swisscom sind uns die Nachhaltigkeitsberichte der Unternehmen, die sich auch mit der Lieferkette beschäftigen, bekannt.

Die möglichen Herausforderungen in der Lieferkette, d.h. beim Einkauf und Bezug von Waren und Dienstleistungen wie 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 die vorbenannten Positionen in der Tabelle. Die grösste Kostenposition ist die Miete, welche die CMP an Frau Nacke als die Eigentümerin der Immobilie Huobstrasse 25 leitet. Hier besteht volle Transparenz zu den Kriterien A1-A4.

Die Abschreibungen auf Investitionen betreffen zu 60% den Kauf der Wärme-Pumpe, die 2021 als Ersatz für die Ölheizung installiert wurde. Bei dem Installateur haben wir uns über Nachhaltigkeitsaspekte zur Wärmepumpe informiert. Weitere 30% betreffen die Restabschreibung auf den Ersatzmotor für den 12 Jahre alten Audi Q5. Audi verfasst einen uns bekannten aussagekräftigen Nachhaltigkeitsbericht, in dem auch über die Lieferkette berichtet wird. Bei den Reisekosten entfällt der Grossteil auf Zugreisen in

der Schweiz und nach Deutschland. Die SBB sowie die Deutsche Bahn veröffentlichen ebenfalls aussagekräftige Nachhaltigkeitsberichte. Die Dienstleistungen der zwei externen Berater wurden von GWÖ-Mitgliedern erbracht, die sich zu den GWÖ-Werten bekennen und diese praktizieren..

Wir achten bei unseren Einkäufen auf «Fairness», soweit wir das überhaupt erkennen können. Wir haben seit 2018 Einkaufsrichtlinien mit Nachhaltigkeitsanforderungen im Einsatz; diese sind unter Impresum für die Zulieferkette hinterlegt. Diese Einkaufsrichtlinien haben wir zuvor auch schon gelebt 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 (2021 und 2020): siehe vorstehende Tabelle.
- 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 siehe Tabelle. Insgesamt: 86%.

Kurznotizen

1. Schwerpunkte A1: Involvierung anderer Berater*innen (in Projekten – gehört zu C1 – in 2021 und 2020) – ansonsten Miete, Abschreibungen, Reisekosten, ... - siehe Tabelle
2. Was wurde im Berichtszeitraum 2022/21 umgesetzt: Umrüstung von Heizöl auf die Wärmepumpe
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. Weitere Umsetzung von 4.

Bewertung: Stufe «**Erfahren**» 40%. Wir kaufen achtsam und «bewusst» ein und weisen bei wichtigen Einkäufen auf unsere gelebten und dokumentierten Einkaufsrichtlinien hin. Bei den wesentlichen Lieferanten sind überdurchschnittlich gute Einkaufsbedingungen erfüllt. Bei Treibstoffen gibt es keine wirkliche Auswahl (Benzin – alle Tankstellenbetreiber haben kein überzeugendes 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 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 Herausforderungen in der Zulieferkette für 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 thematisieren das auch in unseren Einkaufsgesprächen.

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. «Solidarität» und die Beachtung «sozialer Gerechtigkeit» sind i.d.R. nicht Bestandteil von klassischen Nachhaltigkeitsberichten. Bei der Vermieterin, den involvierten Berater*innen sowie der Rechtsberatung wird diese nach unserem Kenntnisstand auf jeden Fall recht gut (GWÖ-Level «erfahren») eingehalten.

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. Lediglich im Bereich Einkauf von Lebensmitteln sind uns einige bekannt und werden auch beachtet (Fairtrade, MaxHavelaar, .
- Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden: 63% über die gesamte Zulieferkette - siehe Tabelle bei A1.

Kurznotizen

1. Schwerpunkte A2: wie bei A1 - Involvierung anderer Berater*innen (in Projekten) – ansonsten Miete, Investitionen (Wärmepumpe) und Reise- sowie Kfz-Kosten.
2. Was wurde im Berichtszeitraum 2022/21 umgesetzt: Installation der Wärmepumpe als Ersatz für die Ölheizung und Ausbau der PV-Anlage.
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? Weiterhin achtsamer und bewusster Einkauf mit Hinterfragen der Zulieferkette.

Bewertung: Stufe «**Fortgeschritten**» 30%. 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 ökologischen Herausforderungen in der Lieferkette wie 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 thematisieren diese, sofern möglich. 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.

In den Einkaufspositionen Miete (Vermieterin Verena Nacke), Anschaffung/Abschreibung der Investition Wärmepumpe, bei der ÖV-Nutzung (SBB / Deutsche Bahn), Fremdleistungen Berater*innen sowie Rechtsberatung haben wir einen guten Einblick, dass von diesen ökologische Nachhaltigkeit umfassend beachtet wird – entweder durch Direktkontakt oder Nachhaltigkeitsberichte.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind: 72% gemäss Tabelle bei A1.

Kurznotizen

1. Schwerpunkte A3: wie bei A1 - Involvierung anderer Berater*innen (in Projekten) – ansonsten Miete, Investitionen (Wärmepumpe) und Reise- sowie Kfz-Kosten.
2. Was wurde im Berichtszeitraum 2022/21 umgesetzt: Installation der Wärmepumpe als Ersatz für die Ölheizung (Investition CMP) und Ausbau der PV-Anlage (Vermieter).
3. Wo ist das Unternehmen gut? wie bei A1 - i.d.R. achtsamer und bewusster Einkauf.
4. Welche Verbesserungen werden gesehen? Weitere Reduktion des Einsatzes von Geschäftsfahrten mit dem Pkw über eine verstärkte ÖV-Nutzung und virtuelle Meetings. Möglich wäre auch eine Kompensation des CO₂-Fussabdrucks unserer Lieferkette; dazu bedarf es aber zuverlässiger CO₂-Kompensations-Projekte und die Abbildung realistischer CO₂-Preise. Das ist bislang nicht sichergestellt. Deshalb ist bislang keine CO₂-Kompensation erfolgt – mit Ausnahme der Anklickmöglichkeit bei diversen Online-Einkäufen.
5. Welche Massnahmen sollen dafür bis wann ergriffen werden: Reduktion der Nutzung der Geschäftswagens auf unter 10'000 km p.a. in 2023 (Ziel: -15%).

Bewertung: Stufe «**Fortgeschritten**» 30%. Schriftliche Einkaufsrichtlinien zur Nachhaltigkeit mit ökologischen Anforderungen sind publiziert. Mit Berater*innen, die wir in Projekte involvieren, wird das Thema ökologische Nachhaltigkeit 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 zu A4 «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 recht 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 Kleineinkäufen ist jedoch der Aufwand hierfür gross und wir nehmen dort i.d.R. nur eine Sichtprüfung vor.

In den Einkaufspositionen Miete (Vermieterin Verena Nacke), Fremdleistungen Berater*innen sowie Rechtsberatung haben wir einen guten Einblick, dass von diesen Transparenz und partizipativer Umgang umfassend beachtet wird – durch den Direktkontakt. Die uns bekannten Nachhaltigkeitsberichte anderer Lieferant*innen darüber kaum Auskunft.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt: Fair Trade (Anteil recht gering); weitere 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: 42% - siehe Tabelle bei A1.

Kurznotizen

1. Schwerpunkte A4: wie bei A1 - Involvierung anderer Berater*innen (in Projekten) – ansonsten Miete, Investitionen (Wärmepumpe) und Reise- sowie Kfz-Kosten.

2. Was wurde im Berichtszeitraum 2022/21 umgesetzt: nichts Besonderes hinsichtlich Transparenz und Mitentscheidung.
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**» 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 Haftungsansprüchen 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 wesentliches Anlagevermögen (21 kCHF Ende 2021 – Investition Wärmepumpe) 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.

Bei der Vorsorgekasse haben wir die Tellco pk analysiert. Sie wird zwar in keinem Nachhaltigkeitsrating genannt, bekennt sich aber in einem Dokument zu ihrer Verantwortung für Mensch und Umwelt, und sie hält sich bei ihren Investitionen an klare Richtlinien. Umwelt, Soziales und Unternehmensführung, sogenannte ESG-Kriterien (Environmental, Social, Governance), werden systematisch in ihren Anlagestrategie berücksichtigt. In dem Nachhaltigkeitsrating des wwf vom 21. Mai 2021 ([Link](#)) hat die Credit Suisse zusammen mit andere Banken am besten als sog. «Verfolger» abgeschnitten. In dem Rating wurde die ABS (Alternative Bank Schweiz) in Olten und die Freie Gemeinschaftsbank in Basel, die in der Schweiz als die wohl nachhaltigsten Bankinstitute einzuschätzen sind, nicht berücksichtigt.

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 2022/21 umgesetzt: Nachprüfung Nachhaltigkeit bei der Credit Suisse und der Tellco pk.
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**» 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 «Zukunftsangaben» 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 hatte 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 sicherstellt. 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.

Die CMP AG verfügt über ein solides Eigenkapital mit 107'778 CHF (2021), das der Gesellschaft u.a. über liquide Mittel von 91'942 CHF (Bank/Kasse mit 63'657 CHF und Forderung gegen die Alleinaktionärin

mit 28'285 CHF) zur Verfügung steht. Damit könnten mögliche Auftragseinbrüche für bis zu einem Jahr aufgefangen werden. De facto besteht die CMP AG nunmehr seit Sommer 2006. Mit der Fokussierung auf Nachhaltigkeitsberatung und Organisationsentwicklung seit 2014 hat sie auch vier Jahre mit schwächerem Umsatz gut überstanden.

Verpflichtende Indikatoren

- Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit (2021): 17,5 k CHF
- Gesamtbedarf Zukunftsausgaben keine (Weiterbildungen werden aus dem laufenden Geschäft finanziert)
- Getätigte/r strategischer Aufwand/strategische Ausgaben keiner
- Anlagenzugänge 33,9 k CHF in 2020 (Wärmepumpe als Ersatz der Ölheizung)
- Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn) 2,6 k CHF (Diff. Jahresgewinn und Verlustvorträge)
- 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, gesteigerter Jahresüberschuss
2. Was wurde im Berichtszeitraum 2022/21 umgesetzt: Weiterentwicklung der Beratungsansätze für Peergruppen Gemeinwohl-Bilanzen, «Zukunft neu denken», Zukunftsfähigkeit, Agilität und nachhaltiges Marketing – u.a. zusammen mit der GWÖ und mit öbu.
3. Welche Verbesserungen werden gesehen? Höhere Vergütungen in den Nachhaltigkeits-Projekten; dies konnte seit dem Bericht 2018/19 bereits verbessert werden.
4. Welche Massnahmen sollen dafür bis wann ergriffen werden: Potenzielle Kund*innen von dem Nutzen der Projektangebote überzeugen.

Bewertung: Stufe «**Vorbildlich**» 70%. Gewinne werden vorgetragen. Die Zukunftsausgaben sind gedeckt.

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 12 Jahre alter Pkw als Geschäftswagen. Für letzteren wurde 2018 ein Ersatzmotor angeschafft (nach einer Überprüfung, was ökologisch besser ist – Neukauf Auto – evtl. Elektro oder Wasserstoff - oder Austauschmotor). Die CMP AG hatte sich 2020 gegenüber der Vermieterin verpflichtet, die Ölheizung durch eine Wärmepumpe zu ersetzen. Im Frühjahr 2022 wurde seitens der Vermieterin die PV-Anlage ausgebaut, so dass insgesamt deutlich mehr Strom produziert als verbraucht wird – inkl. Betrieb der Wärmepumpe. Weiteres ökologisches Verbesserungspotential wird aktuell nicht gesehen.

Verpflichtende Indikatoren

▪ Investitionsplan inkl. ökologischer Sanierungsbedarf	kein Bedarf
▪ Realisierung der ökologischen Investitionen	34 k CHF (2021) für die Wärmepumpe
▪ Finanzierte Projekte	gibt es keine
▪ Fonds-Veranlagungen	gibt es keine

Kurznotizen

1. Schwerpunkte B3: geringes Anlagevermögen (Wärmepumpe, Geschäftswagen mit Ersatzmotor, Notebooks)
2. Was wurde im Berichtszeitraum 2022/21 umgesetzt: Investition Ausbau PV-Anlage im Frühjahr 2022 (Vermieterin). Die Wärmepumpe wurde im Herbst 2020 installiert. Weitere Investitionen wurden nicht getätigt.
3. Wo ist das Unternehmen gut? CO₂-neutraler Strom und Heizung
4. Welche Verbesserungen werden gesehen? Keine. Die Verbesserungsmaßnahmen aus dem Bericht 2018/19 wurden umgesetzt.
5. Welche Massnahmen sollen dafür bis wann ergriffen werden: Keine. Im Geschäftsjahr 2024 soll der Geschäftswagen durch ein umweltfreundliches E-Auto ersetzt werden.

Bewertung: Stufe «**Erfahren**» 60% - es gibt kein weiteres ökologisches Verbesserungspotenzial gesehen. Der 12 Jahre alte Geschäftswagen in relativ gutem Zustand soll erst 2024 durch ein umweltfreundliches E-Auto ersetzt werden.

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 2022/21 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%. 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.

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 werden und für die eine Einbindung externer Berater*inne notwendig wäre, legen wir Wert auf die Einhaltung/Beachtung unserer Unternehmenskultur. Im Berichtszeitraum 2021/22 wurden nur in zwei Fällen ein bzw. 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. 16 Jahre für die Berater. Büro-aushilfe seit 2009 (13 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 > 60 Jahre
- durchschnittliche Karenzdauer von Vätern-/Müttern in Monaten: nicht relevant

Kurznotizen

1. Schwerpunkte C1: Unternehmenskultur und das Miteinander
2. Was wurde im Berichtszeitraum 2021/22 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%. 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 die Umsatz- und Ertragssituation es zulassen – 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 : 1,53
- Medianverdienst: 4'325 CHF/Monat
- 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 2021/22 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%. 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). Beruflich veranlasst reist Fr. Nacke 10x pro Jahr mit dem Flugzeug via Zürich-Düsseldorf (13 Flüge einfach + 5x Bahnfahrt + 2x Pkw) nach Essen zur Betreuung der dortigen Hausverwaltung sowie auch um ihre Eltern (92 und 88 Jahre alt) zu besuchen und zu betreuen. Dies verursacht allein einen ökologischen Fussabdruck von fast 2,0 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. Die Anzahl der Geschäftsreisen konnte im Zeitraum 2021/22 deutlich durch den Einsatz virtueller Meeting-Formate deutlich reduziert werden. Die Anzahl der gefahrenen km mit Pkws konnte von 35 k km in 2018 auf 12,5 k km in 2022 um 64% reduziert werden.

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 44,1% Pkw, 35,3% ÖV und 20,6% Flug.
- 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 2021/22 umgesetzt: weniger Geschäftsreisen durch virtuelle Meeting- und Veranstaltungs-Formate.
3. Wo ist das Unternehmen gut? in den Themen Ernährung und Home-Office.
4. Welche Verbesserungen werden gesehen? Weitere Reduktion der Geschäftsfahrten mit dem Pkw und mit dem Flugzeug (Strecke Zürich-Düsseldorf).
5. Welche Massnahmen sollen dafür bis wann ergriffen werden: Ongoing - bei Geschäftsreisen jeweils prüfen, ob nicht ÖV zum Einsatz kommen soll. Das Thema CO₂-Kompensation wurde mangels geeigneter Projekte nicht realisiert. In 2024 soll der 12 Jahre alte Geschäftswagen Audi Q5 durch ein gebrauchtes E-Mobil ersetzt werden. Eine Reduktion der Flüge von Frau Nacke auf der Strecke Zürich-Düsseldorf (1,5 t CO₂ p.a.) wird sich in 1 bis 2 Jahren durch eine geplante Büroauflösung in Essen ergeben.

Bewertung: Stufe «**Erfahren**» 60%. Geschäftsfahrten zu Kund*innen und Teilnahme an wichtigen Veranstaltungen sind unerlässlich für das Beratungsgeschäft – können aber zu > 50% durch virtuelle Formate ersetzt werden.

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 vergrössern würde (aktuell nicht wahrscheinlich). Die Büroaushilfe hat keinen Zugang zu betrieblichen Informationen, da dieses für ihren Aufgabewahrnehmen 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 2021/22 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 selbst.
5. Welche Massnahmen sollen dafür bis wann ergriffen werden: keine

Bewertung: Stufe «**Vorbildlich**» 70%. 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).

Im Berichtszeitraum hatten wir einen starken Fokus auf die Plattform www.zukunftskonferenz.ch, die wir für die GWÖ in der Schweiz mit der Zielgruppe nachhaltig ausgerichtete Unternehmen aufgebaut und betrieben haben. Neben der Zukunftskonferenz im Sept. 2021 konnten wir insgesamt 48 Webinare zu Themen rund um Nachhaltigkeit und Zukunftsfähigkeit durchführen. Im Geschäftsjahr 2022 haben wir als CMP AG auch zwei wichtige Projekte im Subauftrag mit ClimatePartner durchführen können.

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. Wir verwenden das Instrument Business Canvas als Strategietool und integrieren Nachhaltigkeitsaspekte.

Spezielle Tarife/Std.-Sätze: Die CMP AG kalkuliert in Projekten und bei Weiterbildungsangeboten mit Std.-Sätzen von 190 bis 200 CHF/Std., die jedoch nicht immer durchsetzbar sind. Kleinstunternehmen aus dem GWÖ-Kreis sind oft nicht in der Lage, branchenübliche Std./Tagessätze von Berater zu zahlen zu können. In solchen Projekten – z.B. für Peergruppen zur Gemeinwohl-Bilanz-Erstellung – arbeiten wir zu reduzierten Vorzugskonditionen und mit Pauschalsätzen.

Verbesserungsmassnahmen: Die CMP AG holt zwar Kundenfeedback in Projekten direkt ab. Sie hat bislang aber noch keinen Fragebogen für Veranstaltungen/Workshops/Zoom-Webinare im Einsatz. Es soll geprüft werden, ob ein solcher Fragebogen nicht regelmässig bei solchen Veranstaltungen zum Einsatz kommen kann.

Barrierefreiheit ist uns auch wichtig. Diese können wir im Büro / Home Office wegen Treppen zum 1. Stock jedoch nicht sicherstellen. Kundentermine, für die Barrierefreiheit wichtig ist, stellen wir aber über andere Räumlichkeiten sicher. Bei externen Trainings ist Barrierefreiheit i.d.R. gesichert.

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 sich speziell um den Verkauf bemühen. Unserer Berater bemühen sich direkt um Projekte. Die Projekte kommen i.d.R. durch Weiterempfehlung zustande.
- Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: nein

- Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innen-Gruppen gekauft wird: 5% - das betrifft Kleinunternehmen 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 2021/22 umgesetzt: Ausweitung des Leistungsspektrums im Bereich Gemeinwohl-Bilanzen (Peergruppen – zu attraktiven Konditionen für die Kund*innen), Aufbau und Betrieb der Unternehmensplattform www.zukunftskonferenz.ch und Projekte mit ClimatePartner.
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? Keine – unsere Kapazitäten sind gut ausgelastet.
5. Welche Massnahmen sollen dafür bis wann ergriffen werden: Wir unterstützen aktuell ein Projekt der GWÖ im Bereich Bildung, wie «Wirtschaft neu denken» und die Konzeptansätze der GWÖ im Bildungsbereich – Hochschulbereich und in Schulen – bekannter gemacht werden können.

Bewertung: Stufe «**Vorbildlich**» 80%. 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; zudem nutzen wir inzwischen virtuelle Meeting-Formate.

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 war er auch im AK Berater*innen im DACH-Koordinations-Team tätig, koordinierte die GWÖ-Berater*innen in der Schweiz bis Ende 2020 und er bindet weiterhin 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 war die CMP AG Mitglied bei öbu – dem Verband für nachhaltiges Wirtschaften in der Schweiz bis Ende 2022 und engagiert sich dort weiterhin als Vertreter der GWÖ für ernsthaftere Nachhaltigkeits- und Organisations-Entwicklungs-Prozesse.

Die Beraterin Verena Nacke hat in ihren Projekten «Hausverwaltung» (Schwerpunkt: Abrechnungsthemen) kaum Möglichkeiten, Branchenstandards zu erhöhen. Seit dem Jahr 2022 bekommt hier aber das Thema ökologische Nachrüstung älterer Immobilien zunehmend Bedeutung. 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? Weiterhin 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. De facto hat sich die CMP AG im Berichtszeitraum 2022 aber stark in der Akquise von Peergruppen bei den einzelnen Regionalgruppen zurückgehalten, damit andere Gemeinwohl-Berater*innen zum Zuge kommen können.
- Wie hoch beläuft sich die Summe an Finanzmitteln, 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. Die CMP AG hat im Berichtszeitraum 2022 den Betrag von 748 CHF an die GWÖ gespendet und den Teilbetrag von 5'000 CHF aus dem Sponsoring der Plattform www.zukunftskonferenz.ch freigegeben für die Geschäftsstelle der GWÖ.

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 2021/22 umgesetzt: die Zusammenarbeit mit anderen GWÖ-Berater*innen und Berater*innen für Unternehmenskultur-/Organisationsentwicklung in der Schweiz wurde weiter ausgebaut (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 weiterhin nur über die GWÖ-Regionalgruppen zur Verfügung – nicht in der CMP AG (kein Ausbau der Personalressourcen geplant).
5. Welche Massnahmen sollen dafür bis wann ergriffen werden: aktuell keine

Bewertung: Stufe «**Erfahren**» 60%. Es könnte hier noch mehr gemacht werden, wenn die dafür notwendigen Personalressourcen aufgebaut werden könnten.

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 «Beratung Hausverwaltung», da dieses bislang auf Abrechnungsthemen limitiert ist, was sich jedoch ab dem Geschäftsjahr 2023 wegen notwendiger ökologischer Nachrüstungen für Altimmobilien verändern wird.

Bei ca. 80% der Projekten mit Unternehmen (ohne Beratung Hausverwaltung) konnten z.B. konkrete ökologische Verbesserungs-Massnahmen – speziell in der Reduktion des CO₂-Fussabdrucks – festgelegt werden. Die 48 über die Plattform www.zukunftskonferenz.ch durchgeführten Webinare haben Grossteils auch die ökologische Verbesserung von Unternehmen zum Thema und zeigen dabei auch auf, welche Erfolge in ausgesuchten Praxisfällen erreicht wurden.

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 2021/22 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 gruppensdynamische 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**» 60%. 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» bestand in dem Projekt bislang noch keine Möglichkeit, ökologische Themen zu forcieren (nicht Teil des Beratungsauftrags / wird sich ab dem Geschäftsjahr 2023 ändern).

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 gruppensdynamische 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: weiterhin ca. 50%
- Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen: ca. 90%. Nahezu alle Dienstleistungen der CMP AG werden auf der Webseite beschrieben – mit Ausnahme Beratung Hausverwaltung. Zusätzlich werden diese Angebote u.a. durch die 48 durchgeführten Webinare (über die Plattform www.zukunftskonferenz.ch) mit konkreten Praxisinhalte und -Anwendungen unterlegt.
- 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 2021/22 umgesetzt: Betrieb der Unternehmensplattform www.zukunftskonferenz.ch und der sich daraus ergebenden Mitwirkungsmöglichkeiten der Teilnehmenden – Events und Webinare.
3. Wo ist das Unternehmen gut? Das Gute/Beste sowie Potentiale in Organisationen sichtbar zu machen, u.a. über gruppendynamische 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**» 50%. 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 und 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.

Mit den Angeboten der CMP AG soll nicht nur eine Auseinandersetzung mit den gravierenden sozialen und ökologischen Problemen in Wirtschaft und Gesellschaft angeregt, sondern auch neue Lösungsmöglichkeiten aufgezeigt werden. Darüber hinaus versucht die CMP AG gezielt Wissen und Einstellungen der Menschen zu ändern bis hin, dass das (Konsum)-Verhalten der Menschen verantwortungsbewusster wird. Hierzu werden u.a. Unternehmen angeregt, ihre Produkte und Dienstleistungen entsprechend zu

modifizieren und im Marketing neuen Nutzenvorteile für die Konsument*innen aufzuzeigen. Im Rahmen der Dozententätigkeit werden Konzepte und Impulse für «Wirtschaft neu denken» vorgestellt und mit den Student*innen erprobt.

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 (13) 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 2021/22 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 gruppensdynamische Prozesse.
4. Welche Verbesserungen werden gesehen? Keine, da die bestehenden Personalressourcen bereits am Limit sind und Neueinstellungen – d.h. eine Ausweitung des Berater*innen-Kreises – nicht geplant ist.
5. Welche Massnahmen sollen dafür bis wann ergriffen werden: Konzeption und Gestaltung der Plattform «Bildung für die Welt von morgen» - nicht nur Wissensvermittlung, sondern konkretes Handeln und Transformation auslösen (Wollen/Können/Machen).

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 2021/22 an die GWÖ Schweiz getätigt. Die CMPAG war bis Ende 2022 Mitglied bei öbu – dem Verband für nachhaltiges Wirtschaften in der Schweiz sowie in der GWÖ Schweiz. Ralf Nacke vertritt die GWÖ auch weiterhin bei der öbu. Konkrete Arbeitsleistungen als freiwilliges gesellschaftliches Engagement werden von

- Dr. Ralf Nacke für die GWÖ in der Schweiz erbracht (Mitglied im Vorstand bis Ende 2021, Co-Koordination Regionalgruppe Luzern, Mitglied FG Fundraising, diverse Vorträge/Workshops ohne Vergütung) – Umfang: in 2021: 384 Std. ehrenamtlich / 2022: 267 Std. ehrenamtlich
- 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 2022 lag der Umsatz als Gemeinwohl-Berater bei 13'800 CHF (Nettoumsatz nach Kosten): Über die der GWÖ gehörende Plattform www.zukunftskonferenz.ch konnten Einnahmen im Betrag von 20'892 CHF realisiert werden. Die Sponsoren zur Finanzierung der Plattform wurden von der CMP AG gewonnen.

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 (320 Mitgliedsunternehmen) erzeugen Impact und «Ausstrahlung».

Verpflichtende Indikatoren

Umsatz: 170 k CHF in 2022 (152 k CH in 2021)

Nettoabgabenquote, darin sollen folgende Beiträge eingerechnet werden: 13,9%

- effektiv bezahlte Ertragsteuern (Einkommenssteuer, Körperschaftssteuer): 1'665 CHF (2021)
- lohnsummenabhängige Steuern und Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitgeber (in der Schweiz werden nur AHV-Beitrag und die 2. Säule bezahlt): 11'286 (2022)
- 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: 13,9 % (Ertragssteuern + AHV/2.Säule: 12'951 CHF/ Wertschöpfung als Umsatz abzgl. Einkauf: 93'451 CHF).

Zusätzlich zur Nettoabgabenquote wird in der Gemeinwohl-Bilanz auch die nachfolgende Formel «Abgaben in Relation zum Ertrag» eingesetzt.

***In welchem Verhältnis stehen
Abgaben zu Erträgen?***

$$\frac{\text{Ertragssteuern + lohnsummenabhängige Steuern und SV Beiträge} - (\text{Subventionen + Förderungen})}{\text{Gewinn vor Steuern + Fremdkapitalzinsen + Einnahmen Mieten \& Verpachtung}}$$

Auf das Jahr 2021 angewendet bedeutet das für die CMP AG: 12'941 CHF/ 19'509 CHF = 66,3%.

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 (2021 und 2022). Zudem wurden Spenden von 748 CHF getätigt (2022). Das ehrenamtliche Engagement der beiden Berater könnte auch monetär bewertet werden und würde je nach Stundensatz (50 CHF/Std. oder 100 CHF/Std.) zwischen 27 k und 54 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 2021/22 umgesetzt: erhebliche 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**» 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. Im Herbst 2020 wurde die Ölheizung auf Wärmepumpe umgerüstet und von der CMP AG finanziert. Im März 2022 wurde die PV-Anlage wegen des gestiegenen Stromverbrauchs (Wärmepumpenbegingnt) noch einmal deutlich aufgerüstet. Allein im 2. und 3. Quartal 2022 konnten so 12'400 kWh ins Netz eingespeist werden.

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 (12 Jahre alter Audi Q5 mit Austauschmotor seit 4 Jahren - Benziner), das für Geschäftsfahrten zu Kunden und Veranstaltungen auch eingesetzt wird.

Auf Geschäftsreisen wird soweit als möglich verzichtet – u.a. durch den Einsatz von Zoom-Konferenzen und andere virtuelle Meeting-Formate. Corona hat geholfen, dass diese Formate in der Praxis sehr stark akzeptiert werden. 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)		5'160 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) – Umstellung auf Wärmepumpe	kWh/°C	0 kg
Verbrauch von Trink- und Regenwasser	n.n.	
Chemikalienverbrauch	0 kg	
Papierverbrauch (inkl. Drucksachen)	4 kg	6 kg
Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien	0 kg	
Kunstlichteinsatz in Lumen	n.n.	
Schadstoffemissionen	n.n.	

Der ökologische Fussabdruck der CMP AG beträgt insgesamt 6,1 t (siehe nachstehende Excel-Aufstellung). Im Jahr 2018 waren es noch 16,6 t. Der Abdruck pro Berater beträgt somit 3,1 t p.a. (vs. 8,3 t in 2018 und 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». Das Thema «Kompensieren» wurde weiterhin nicht angegangen – auch wenn es z.B. bei Flügen angeklickt, d.h. bezahlt wird. Es fehlt der Zugang zu überzeugenden Kompensationsprojekten und der Fussabdruck ist insgesamt recht gering. In Kunden-Projekten wird konkret versucht, Klimaneutralität anzustossen – 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.

Bewertungsunterstützung
CO₂-Rechner (Excel-Format)

CO ₂ -Rechner		myclimate CO ₂ -Rechner		
Werte in Spalte E eingeben		https://co2.myclimate.org/de/offset_further_emissions		
Werte CMP AG 2022				
Heizung		Verbrauch	CO ₂ in kg/a	CO ₂ kg/Einh.
Heizöl in Litern	l	0	0	3,19
Erdgas in m ³	m ³	0	0	2,82
Fernwärme in kWh	kWh	0	0	0,13
<i>Eigenerzeugung über Wärmepumpe seit Sept. 2021</i>				
Stromverbrauch				
Stromverbrauch in kWh	kWh	0	0	0,15 Schweiz
- ökostrom	kWh	0	0	0,01 Eigenerzeugung Solardach
<i>Eigenerzeugung über Ausbau der PV-Anlage. Deutlich höhere Einspeisung als Fremdbezug vom WWZ</i>				
Mobilität				
Fahrten mit dem Kleinwagen	km	2.100	415	0,20 SI Benzin
Fahrten PkW ab Golfklasse	km	10.400	2.974	0,29 BI 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	8.000	155	0,02
Inlandsflüge (bis 800 km)	km	5.850	1.454	0,25 Economy
Mittelstreckenflüge (bis 2000 km)	km	0	0	0,20 Economy
Langstreckenflüge (> 2000 km)	km	0	0	0,19 Economy
			5.160	
Sonstige				
Übernachtungen (Geschäftsreisen)	Anz.	10	187	18,69
Neue Computer u. Bildschirme	Anz.	2	673	336,40
Papierverbrauch	kg	4	6	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			
			969	
			6.130	

Kurznotizen

1. Schwerpunkte E3: Senkung des ökologischen Fussabdrucks der CMP AG von auf 16,6 t (2018) auf 6,1 t (2022) = - 63,3%
2. Was wurde im Berichtszeitraum 2021/22 umgesetzt: Seminare zum Klimaschutz mit Unternehmen. Stärkere Nutzung ÖV für Geschäftsreisen und virtuelle Meetings- und Webinar-Formate.
3. Wo ist das Unternehmen gut? Home-Office, Stromerzeugung über Solardach (Privatinvestition der Berater) und Wärmepumpe fürs Heizen, virtuelle Kommunikations-Formate
4. Welche Verbesserungen werden gesehen? Noch mehr Geschäftsreisen Reisen über ÖV. Die Umstellung der Heizung von Öl auf Wärmepumpe wurde realisiert. Geothermie. Der Papierverbrauch konnte ebenfalls von 12 kg auf 4 kg p.a. signifikant reduziert werden.
5. Welche Massnahmen sollen dafür bis wann ergriffen werden: Keine besonderen, sondern bewusster Einkauf und Konsum.

Bewertung: Stufe «**Erfahren**» 50%. Der Fussabdruck durch Geschäftsfahrten mit dem Pkw ist immer noch vorhanden und Flüge auf der Strecke Zürich-Düsseldorf (Projekt Hausverwaltung) sind notwendig (zu anstrengende und zu hoher alternativer Zeitaufwand).

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.

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.

Dies ist bereits der 4. Gemeinwohl-Bericht der CMP AG; der 3. Bericht wurde im Januar 2020 veröffentlicht. Der erste Bericht wurde 2015 im Rahmen einer Peergruppe in Luzern erstellt. Dieser Bericht wird im Rahmen einer Peerevaluation überprüft und auditiert.

Verpflichtende Indikatoren

- Veröffentlichung eines Gemeinwohlberichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung: bereits der 4. 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 2021/22 umgesetzt: Die Dozententätigkeit Dr. Ralf Nacke an diversen Hochschulen mit dem Schwerpunkt «Wirtschaft neu denken und alternative Wirtschaftsansätze» (inkl. Gemeinwohl-Ökonomie) konnte an der HSLU und Kalaidos intensiviert werden + Aufbau und Betrieb der Unternehmensplattform www.zukunftskonferenz.ch – u.a. mit 48 durchgeführten Webinaren.
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: Peergruppen-Evaluierung der 4. Gemeinwohl-Bilanz für die CMP AG (Matrix 5.0).

Bewertung: Stufe «**Erfahren**» 60%. 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.

Es gibt in der Schweiz bislang keinen verbindlichen Standard für Non-Financial Reporting. Von dem Gegenvorschlag zur Konzernverantwortungsinitiative ist die CMP AG als kleine Beratungsgesellschaft nicht betroffen.

Der Gemeinwohl-Bericht kann zur nichtfinanziellen Berichterstattung gemäss EU-Richtlinie verwendet werden. Es ist Verantwortung des Unternehmens sicherzustellen, dass der Gemeinwohlbericht in der entsprechenden Tiefe und mit allen nationalen Erfordernissen der Umsetzung der Richtlinie erstellt wird.

In Österreich gilt das „Nachhaltigkeits- und Diversitätsverbesserungsgesetz (NaDiVeG)“, in Deutschland das „CSR-Richtlinien-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG)“.

BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ

In die Erstellung des Gemeinwohl-Berichts waren beide Berater involviert. Konzipiert und geschrieben wurde er von Ralf Nacke. Es konnte auf den früheren Berichten – insbesondere dem für den Berichtszeitraum 2018/19, der bereits nach der Matrix 5.0 geschrieben wurde, aufsetzen. Der Zeitaufwand betrug für diese Fassung des Gemeinwohlberichts daher lediglich 20 Stunden.

Die Peerevaluierung wird mit drei weiteren Gemeinwohlberater*innen in der Schweiz erfolgen, die ihre Berichte erstmals erstellten. Jede/r Bilanzierende/r stellt seinen Bericht der Gruppe im Zeitraum März/April 2023 vor. Die Peerevaluierung selbst erfolgte in der Gruppe mit der Auditorin Gitta Walchner (D-Freiburg) am 24. Mai 2023. Durch die Peerevaluation und die notwendigen Workshops hat sich der Zeitaufwand um 27 Stunden auf insgesamt 47 Stunden erhöht.

Hünenberg, den 25.05.2023 bzw. 18.08.2023, Dr. Ralf Nacke (r.nacke@cmpartners.ch).