

# GEMEINWOHL-BERICHT 2015

für die Rathauspassage, Betriebsstätte der passage gGmbH, Hamburg



Firmenname	passage gGmbH
Branche	Handel, Weiterbildung, soziale Dienstleistungen
Anzahl der Mitarbeiter/innen	ca. 70, davon 20 in der Rathauspassage
Umsatz passage gGmbH 2014	1.455.997,20€
Umsatz Rathauspassage 2014	ca. 380.000€
Gewinn passage gGmbH	45.115,44 €
verbundene Unternehmen	Tochterunternehmen passage Gastronomie GmbH
Firmensitz (Geschäftsstelle)	Hamburg Harburg, Wallgraben 37
Berichtszeitraum	2014 - November 2015

## TÄTIGKEITSBEREICH DER RATHAUSPASSAGE GESCHÄFTSJAHR 2014

Produkte/ Dienstleistungen 2014	Anteil am Umsatz 2014 in %
Fairer Handel	18,6
Second Hand	10,8
Antiquariat	36,8
Touristische Angebote	5,3
Gastronomie	5,3
WC	13,5
Vermietungen (Räume, Vitrinen)	4,3
anderes	5,4

### DAS UNTERNEHMEN UND GEMEINWOHL

Entsprechend unserer Unternehmensziele und unseres Leitbild tragen die Geschäftsfelder des sozialen Unternehmens passage gGmbH dazu bei, einen wichtigen Beitrag zum Gemeinwohl der Gesellschaft zu erbringen. Als Mitglied im Landesverband der Diakonie zählt diakonisches Handeln zum Selbstverständnis der passage gGmbH bzw. der Betriebsstätte Rathauspassage: sich für die Menschen zu engagieren, die am Rande der Gesellschaft stehen, auf Hilfe angewiesen oder benachteiligt sind.

„Geleitet von christlichen und humanistischen Grundwerten, arbeiten wir in gegenseitiger Wertschätzung unterschiedslos mit und für alle Menschen. Deshalb unterstützen, qualifizieren und vermitteln wir Erwerbslose und von Erwerbslosigkeit Bedrohte. Dabei achten wir bei den Produkten und Dienstleistungen auf Nachhaltigkeit. Wir wirken mit an sozialpolitischen und gesellschaftlichen Diskussionen und arbeiten für eine soziale Gesellschaft.“

Die Zielsetzung unseres Unternehmens gemäß Satzung ist die berufliche Qualifizierung von Erwerbslosen und von Erwerbslosigkeit Bedrohter, um deren Beschäftigungsfähigkeit zu verbessern und Zugänge zu Arbeit und Ausbildung zu ermöglichen. Besonderer Schwerpunkt wird auf die Bewältigung von Problemen gelegt, die sich aus der persönlichen Biographie, Alter, Geschlecht, Nationalität, langer Arbeitslosigkeit und/oder aus Behinderung ergeben. Damit wird die lange Tradition der einzelnen Betriebe, im Bereich der Arbeitsförderung zu arbeiten, fortgeführt.“

Quelle: [www.passage-hamburg.de](http://www.passage-hamburg.de)

## **Ansprechperson für die GWÖ + Kontaktdaten**

Diana Mack, Betriebsleitung Rathauspassage, Tel 369009-81

Mail: [Diana.Mack@passage-hamburg.de](mailto:Diana.Mack@passage-hamburg.de)

Regionalgruppe Hamburg

Schreibweise: Aufgrund der besseren Lesbarkeit wird der Einfachheit halber nur die männliche Form verwendet. Die weibliche Form ist selbstverständlich immer mit eingeschlossen.

**TESTAT : PEER EVALUIERUNG**

**GEMEINWOHL-BILANZ** 2014/15

für Passage gGmbH

Begleitet von Manfred Jotter/Gerd Lauer mann

WERT BERÜHRUNGSGRUPPE	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Demokratische Mitbestimmung & Transparenz
<b>A) LieferantInnen</b>	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement				40 %
<b>B) GeldgeberInnen</b>	B1: Ethisches Finanzmanagement				10 %
<b>C) MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen</b>	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung 30 %	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit 20 %	C3: Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen 50 %	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens 50 %	C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz 10 %
<b>D) KundInnen / Produkte / Dienstleistungen / Mitunternehmer</b>	D1: Ethische Kundenbeziehung 30 %	D2: Solidarität mit Mitunternehmern 20 %	D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen 30 %	D4: Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen 10 %	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards 20 %
<b>E) Gesellschaftliches Umfeld:</b> Region, Sove-rän, zukünftige Genera-tionen, Zivilgesellschaft, Mitmenschen und Natur	E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / DL 60 %	E2: Beitrag zum Gemeinwesen 30 %	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen 10 %	E4: Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung 50 %	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung 10 %
<b>Negativ-Kriterien</b>	Verletzung der ILO-Arbeitsnormen/ Menschenrechte Menschenwürdige Produkte, z.B. Tretrminen, Atomstrom, GMO Beschaffung bei / Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen	Fäulliche Übernahme Sperrpatente Dumpingpreise	Illegitime Umweltbelastungen Verstöße gegen Umweltauflagen Geplante Obsoleszenz (kurze Lebensdauer der Produkte)	Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens Arbeitsplatzabbau oder Standortverlagerung bei Gewinn Umgehung der Steuerpflicht Unangemessene Verzinsung für nicht mitarbeitenden Gesellschafter	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Töchter Verhinderung eines Betriebsrats Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbies / Eintragung in das EU-Lobbyregister Exzessive Einkommensspreizung

Mit diesem Testat wird die Peer-Evaluierung des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Matrix 4.1. Nähere Informationen zur Matrix, den Indikatoren und dem Audit-System finden Sie auf [www.gemeinwohl-oekonomie.org](http://www.gemeinwohl-oekonomie.org)

Testat gültig bis 31.12.2017

**BILANZSUMME 301**

## A1 Ethisches Beschaffungsmanagement

### A1.1 Berücksichtigung regionaler, ökologischer und sozialer Aspekte bzw. höherwertiger Alternativen

Ausgaben 1.1.-30.10.14	%	Erläuterung
Personal	Ca. 72%	sozial: Langzeitarbeitslose in geförderter Arbeit
Raumkosten incl. Strom	Ca. 10%	Stadt Hamburg
Stromkosten	Ca. 5%	konventionell
Wareneinsatz	Ca. 11%	davon etwa ca. 70% Fair Trade oder Bio
Werbung	Ca. 1%	Regionale Partner
KFZ	Ca. 1%	Konventionell
Reparaturen, Instandhaltung	Ca. 2%	Regionale Anbieter

### A1.2 Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken zugekauften P/D und Prozesse zur Sicherstellung

Seit 2014 achten wir verstärkt darauf, wer unsere Zulieferer sind und inwiefern sie unserem Leitbild und unserer Ausrichtung entsprechen: fair, sozial, nachhaltig regional. Der gesamte Wareneinkauf wurde seit 2014 stark nach sozialen und ökologischen Kriterien hinterfragt.

Bei den Produkten für unseren Fairtradeshop kaufen wir seit Jahren bei den für den Fairen Handel zertifizierten Zulieferern Gepa, El Puente bzw. WUP. Darüber hinaus führen wir bei unseren Lebensmitteln die zertifizierten Bio-Produkte der Ölmühle Sollingen. Unsere Second Hand-Kleidung kommt von Privat Spendern. Hier achten wir auf ethisch korrekte Marken. Marken, die auf der schwarzen Liste stehen z.B. wegen Kinderarbeit etc. führen wir nicht, nehmen diese auch nicht als Spende für den Verkauf an sondern geben sie an Kleiderkammern etc. weiter.

Darüber hinaus führen wir neue ökologische Mode von „Marlowe Nature“ und „Recolution“. Bei der Zusammenarbeit mit regionalen Designern oder sozialen Projekten bevorzugen wir solche, die durch up- oder recycling-Prozesse Materialien und Produkte, die sonst in den Müll wandern wieder dem Stoffkreislauf zuführen und einen neuen Gebrauchsnutzen verschaffen wie z.B. Taschen aus Traktorreifen und Leder von „Retube“ oder Kerzen aus Kerzenresten der Behindertenwerkstatt „St. Gabriel“ oder Möbel der „Zimmerwerkstatt“, die Sperrmüllmöbel neu aufarbeiten.

Bei der Zusammenarbeit mit dem neuen Label „Bridge & Tunnel“, einem sozialen Projekt der passage gGmbH wurde in 2015 gemeinsam eine neue Produktidee kreiert und bei der Umsetzung unterstützt. Hier sammeln wir z.B. alte nicht verkaufsfähige Jeans. Diese werden von einem Partnerprojekt gereinigt, farblich sortiert und entsprechend zugeschnitten, um sie anschließend zu modischen Patchwork Taschen zu verarbeiten. Die „Design-Produkte werden lokal und zu fairen Bedingungen gefertigt – in Hamburg-Wilhelmsburg von Frauen aus dem Stadtteil, die aus unterschiedlichen Gründen auf dem ersten Arbeitsmarkt nicht unterkommen. Bridge&Tunnel möchte für die Frauen neue Zugänge schaffen, um am Erwerbsleben und damit am gesellschaftlichen Leben teilzuhaben.“ (Quelle: www.Bridge&Tunnel.de)

Im Bereich Antiquariat verkaufen wir gespendete Bücher, Schallplatten und CDs und reduzieren damit die Müllmengen.

Im Bereich Hamburg Tourismusprodukte hinterfragen wir das soziale oder ökologische Engagement unserer Partner oder entwickeln mit einigen Ideen der gemeinsamen

Zusammenarbeit in diesem Bereich. In 2015 haben wir ganz neu die Produkte des Projekts „Hinz und Kunzt“ (Hamburger Obdachlosenzeitschrift) in unseren Verkauf aufgenommen (die Einnahmen gehen zu 100% direkt an Hinz und Kunzt) und Aktivitäten abgestimmt, um die Zusammenarbeit mit diesem sozial orientierten Unternehmen zum beidseitigen Nutzen zu stärken. Durch unsere Zusammenarbeit mit Pedalotours fördern wir umweltfreundliche Stadtrundfahrten mit Fahrradtaxi.

Im Bereich Gastronomie trennten wir uns in 2014 vom Produktangebot des Zulieferers „Coca Cola“, nahmen statt dessen faire und soziale Getränke wie „Lemon Aid“, „Viva Con Aqua“ und Säfte des regionalen sozialen Unternehmens „Das Geld hängt an den Bäumen“ in unsere Angebot auf sowie einen Demeter Apfelsaft aus der Region. Bezüglich der Lebensmittel werden wir noch durch die Metro beliefert, haben jedoch für Obst und Gemüse in 2015 einen Lieferanten mit regionalem Angebot hinzugenommen.

Unsere Handwerker und Dienstleister sind aus der Region. Bezüglich der Verbrauchstoffe arbeiten wir ebenfalls mit regionalen Zulieferern. Beim Stromanbieter wollten wir in 2014 einen Wechsel von RWE (schlechte Ökobilanz, schlechtes Image) auf den Anbieter für ökologischen Strom Lichtblick, sind aber noch an den alten Vertrag bis 2017 gebunden.

### **A1.3 Strukturelle Rahmenbedingungen zur fairen Preisbildung**

Wir achten in vielen Bereichen bei unseren Zulieferern auf hohe Qualität, die wenn möglich durch entsprechende Siegel (Bio, Fair Trade etc.) legitimiert sind. Mit vielen Zulieferern führen wir jahrelange intensive kooperative Geschäftsbeziehungen, die z.T. auf persönlichen Kontakten beruhen. Unsere Einkäufer und Verkäufer werden regelmäßig geschult, nehmen an Weiterbildungen zum Fairen Handel teil. Ein vom Einkaufspreis abhängiges Bonussystem für Einkäufer gibt es bei uns nicht.

Wir sind ständig auf der Suche nach neuen fairen, nachhaltigen oder sozialen Produkten bzw. den entsprechenden Kooperationspartnern. Bevor eine Geschäftsbeziehung entsteht, prüfen wir, inwiefern jemand zu uns und unseren ethischen Werten passt. Authentizität und Glaubwürdigkeit sind uns sehr wichtig. Angeregt durch die Auseinandersetzung mit den Fragestellungen der Gemeinwohlökonomie bereiten wir derzeit mit Hilfe eines externen Experten unseren Gastronomie-Bereich auf die Umstellung auf Bio vor, weil uns eine höhere Qualität unseres Angebots sehr wichtig ist.

Bei der Preisfestlegung orientieren wir uns an den Empfehlungen der Hersteller/Lieferanten bzw. an marktüblichen Preisen im Umfeld unter Berücksichtigung unserer Kundschaft. In der Gastronomie haben wir festgelegt, dass unser Menüangebot unter 5€ liegen soll. Wir achten bei unserem Finanzmanagement auf die Unternehmenswerte und einen sparsamen Umgang mit den engen finanziellen Ressourcen. Der Wirtschaftsplan der Rathauspassage wird jährlich mit der Geschäftsführung abgestimmt und fließt in die Gesamtfinanzierung des Unternehmens.

Die Rathauspassage finanziert sich überwiegend aus selbst erwirtschafteten Umsätzen, Zuschüssen der Jobcenter für Lohnkosten der geförderten Mitarbeiter, Zuschüsse der kirchlichen Gesellschafter und Zuschüssen der Behörde für Arbeit, Soziales, Familie und Integration, in geringem Umsatz durch Spenden von Kunden.

## B1 Ethisches Finanzmanagement

### B1.1 Institutionalisierung

Der Rathauspassage geht es im Finanzmanagement aller Geschäftsfelder um den verantwortungsbewussten und ethisch korrekten Einsatz der finanziellen Mittel im Sinne unserer Werte, Ziele und unseres Unternehmensleitbildes. Für unser Unternehmen, das nach AZAV (Anerkennungs- und Zulassungsverordnung - Arbeitsförderung) und von Weiterbildung Hamburg zertifiziert ist, müssen wir ein Qualitätsmanagementsystem vorweisen, das neben einer hohen Kundenorientierung auch den Nachweis eines gesellschaftlich verantwortungsvollen Einsatzes der finanziellen Mittel einfordert.

Für Überweisungen nutzt die Rathauspassage als Hausbank die evangelische Bank, die sich an christlichen Werten orientiert. Für die täglichen Bareinzahlungen der Tagesumsätze nutzt die Rathauspassage die Haspa, da diese fußläufig leicht zu erreichen ist, was aus Sicherheitsgründen für uns sehr wichtig ist.

### B1.2 Ethisch-nachhaltige Qualität des Finanzdienstleisters

#### Auflistung der Finanzdienstleister

	In % vom Umsatz	Abwicklung über folgenden Finanzdienstleister
Überweisungen an Zulieferer, Dienstleister	100%	Evangelische Bank
Einzahlungen Bargeld	100%	HASPA

Die Evangelische Bank sieht sich als nachhaltig führende Bank für Kirche und Diakonie, die auf ihrer Internetseite [www.eb.de](http://www.eb.de) klar stellt, dass sich ihr nachhaltiges Geschäftsmodell in ökonomischen, ökologischen und sozial-ethischen Handeln widerspiegelt. Daher gehen wir davon aus, dass die Bank sich ihren christlichen Werten verpflichtet fühlt und in diesem Sinne ihre Geschäftsaktivitäten unter ethischen Maßstäben steuert.

Die Haspa engagiert sich unter dem Motto „Wir sind Haspa, wir sind Hamburg“ sehr stark im regionalen Bereich: „Auch die Förderung des Gemeinwohls liegt uns am Herzen. Wir engagieren uns auf vielfältige Weise und bereichern so das gesellschaftliche Leben in den Bereichen Bildung, Soziales, Kunst, Musik und Sport.“ (Quelle: [www.haspa.de](http://www.haspa.de))

Daher haben wir uns für Einzahlungen für die HASPA entschieden.

### B1.3 Gemeinwohlorientierte Veranlagung

Gewinne der Rathauspassage dienen der Stabilisierung des Gesamtunternehmens und werden entsprechend angelegt.



## B1.4 Gemeinwohlorientierte Finanzierung

Geplante Einnahmen in 2015 in der	%-Anteil
<b>Rathauspassage</b>	
Umsatzerlöse	Ca. 50%
Kirchenkreiszuschuss (Gesellschafter)	Ca. 10%
Personalkostenerstattung durch Jobcenter	Ca. 28%
Personalkostenerstattung durch Behörde	Ca.12%

Die Gesellschafter beteiligten sich im Berichtszeitraum mit ihrem Kapital zur Stabilisierung der wirtschaftlichen Lage in einer Umbruchsituation der Rathauspassage.

## C1 Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung

Im Berichtszeitraum 2014/2015 waren in der Rathauspassage pro Jahr ca. 20 Mitarbeiter/innen in Voll- und Teilzeit in einem öffentlich geförderten Anstellungsverhältnis nach Paragraph 16e des SGB II für ein Jahr befristet tätig. Davon waren ca. 40% Frauen und 60% Männer. Betriebsleiterin (35 Stunden) und Coaching (20 Stunden) wurden in 2014 bzw. 2015 in ein unbefristetes Anstellungsverhältnis übernommen. Die Teamleiter von Gastronomie (männlich, 32 Stunden) und Shop (männlich, 20 Stunden) wurden in 2014 aus einem geförderten Arbeitsverhältnis in ein ungeförderes übernommen, vorerst aus wirtschaftlichen Gründen in Teilzeit.

Die Fehlzeiten der Belegschaft wurden bisher nicht statistisch ausgewertet. In 2015 trennten wir uns von drei Mitarbeitern während der Probezeit, da sie unseren Anforderungen gesundheitlich nicht gewachsen waren und einen hohen Krankenstand aufwiesen (30-50% der Arbeitstage). Ein Vergleich mit anderen ähnlich geförderten Mitarbeitern im Handel ist uns nicht möglich, da hier keine bekannten Zahlen vorliegen.

In der Rathauspassage wurde die oberste Hierarchieebene durch eine Betriebsleiterin besetzt. Darüber hinaus besteht seit August 2014 ein erweitertes Leitungsteam mit der Coaching und einem externen Pastor. In der zweiten Hierarchieebene gibt es fünf Teamleiter, die für die Dienstleistungsbereiche Gastronomie, Shop, Reinigung, Hamburg Info/Antiquariat und Haustechnik/Logistik verantwortlich sind. Ist aufgrund der Personalzusammensetzung kein für die Teamleitung geeigneter Mitarbeiter vorhanden, wird diese Aufgabe kommissarisch von Coach und Betriebsleitung übernommen. Im Berichtszeitraum waren wechselnd 5-6 Männer und 2-3 Frauen in der ersten und zweiten Führungsebene tätig. Unter den Mitarbeitern waren im Berichtszeitraum ca. 20-30% Mitarbeiter mit einer Schwerbehinderung in einem öffentlich geförderten Anstellungsverhältnis. Davon arbeitete eine Frau zeitweilig in einer Führungsposition.



## C1.1 Mitarbeiter Orientierte Organisationskultur und -strukturen<sup>1</sup>

Das Leitbild des Unternehmens ist ausschlaggebend für die Mitarbeiterführung. Die Beziehung zu den Mitarbeiter ist wertschätzend und anerkennend. Das Leitungsteam setzt sich für einen kooperativen und partizipierenden Führungsstil ein und arbeitet daran, noch stärker Hilfe zur Selbsthilfe anzubieten, damit Mitarbeiter befähigt werden, ihre Problemlösungskompetenz auszubauen. Das Leitungsteam ermutigt das Personal, sich gegenseitig und auch der Leitung gegenüber Rückmeldungen zu geben und diese auch einzufordern.

Für Neueinsteiger gibt es Einarbeitungsprogramme, in denen festgelegt ist, welche Themen und Inhalte „on the Job“ vermittelt werden sollen. Betriebshandbuch und Checklisten helfen dabei, neuen Kollegen nötiges Wissen und Kompetenzen zu vermitteln und sie mit unseren Prozessen und Abläufen vertraut zu machen. Teamleiter, erfahrene Mitarbeiter, Coach und Betriebsleitung arbeiten hierbei in der Anleiter- oder Trainerfunktion. Verkaufspersonal durchläuft in der Einarbeitungsphase alle Verkaufsbereiche. Hiermit werden auch das bereichsübergreifende Mitdenken und eine hohe Flexibilität hinsichtlich des Einsatzes gefördert.

Das mit den Mitarbeitern erarbeitete Betriebshandbuch gilt als Qualitätsmanagementhandbuch. Die dort festgeschriebenen Abläufe, Richtlinien und Regularien erfahren eine ständige Überprüfung hinsichtlich ihrer Aktualität und werden bei Bedarf vom Team in Absprache mit Betriebsleitung/Coach geändert und angepasst.

Themen, die die gesamte Belegschaft betreffen z.B. Öffnungszeiten werden im Leitungsteam mit der Geschäftsführung diskutiert. Erfahrungswerte und Rückmeldungen der Mitarbeiterschaft oder Expertenratschläge werden hier eingebunden. Betriebsausflüge werden in der Teamleiterrunde diskutiert, aber jeder Mitarbeiter kann sich hierzu mit seinen Ideen einbringen.

Ein Großteil unserer Mitarbeiter nutzt die Chancen der innerbetrieblichen Demokratie, sich an Diskussions- und Entscheidungsprozessen zu beteiligen und mit vielen Ideen Arbeitsprozesse und Arbeitsumfeld mitzugestalten und weiter zu entwickeln.

Schriftliche Mitarbeiterbefragungen finden nicht statt, jedoch nutzen die Mitarbeiter die Workshops, um kritische Meinungen und Lösungsvorschläge einfließen lassen. Positives zu benennen und Kritisches zu beleuchten ist immer Bestandteil der Mitarbeiterworkshops.

Die Übernahme von geförderter in ungeforderte Arbeit und von befristet in unbefristete Anstellungsverhältnisse ist eine wichtige Möglichkeit, sich innerbetrieblich weiter zu entwickeln. Im Berichtszeitraum konnten zwei Arbeitnehmer in ungeforderte unbefristete Anstellungsverhältnisse übernommen werden. Die befristeten Anstellungsverhältnisse von Betriebsleitung und Coach konnten ebenfalls entfristet werden.

Für Personalentwicklung und -weiterbildung ist ein festes finanzielles Budget eingeplant. Im Berichtszeitraum wurden Verkaufsförderung (40 UE), Hygieneschulung, Englisch (37 UE), Diebstahlprävention (4 UE), ökologische Reinigung (12 UE) angeboten, in 2015 bisher 50 Unterrichtsstunden Gastronomie. Kooperationspartner wie Hamburg Card oder City Sailing führten Produktschulungen zur Verkaufsförderung durch.

Mitarbeiter nehmen regelmäßig an Fortbildungen, organisiert durch den Fairen Handel teil oder an Schulungen zum Thema Arbeitssicherheit und HACCP. Betriebsleitung und Coach nahmen pro Jahr ca. 3-5 Tage an Fortbildungszeit in Anspruch z.B. für Seminare, Supervision oder Coachings.

---

<sup>1</sup> Konkret in den Dimensionen: Klarheit über Aufgaben und Verantwortlichkeiten (und ihre Grenzen), Wertschätzungskultur, Führungskultur, konstruktiver Umgang mit Problemen, Kommunikationskultur inkl. MA-Befragungen und Aus- und Weiterbildung.

Die besonderen Bedingungen in der Rathauspassage ermöglichen ein soziales Umfeld, das Motivation und Verantwortung stärkt, Mitarbeitern werden Entwicklungsmöglichkeiten offeriert und ein lernförderndes Arbeitsklima wird geschaffen. Die Erfahrungen zeigen, dass neue Mitarbeiter häufig 3-5 Monate brauchen, um sich wieder auf die neue Berufstätigkeit einzustellen. Dies geht immer mit Anpassungsschwierigkeiten einher und läuft nicht konfliktfrei ab. Neue Mitarbeiter müssen sich auf die neue Tagesstruktur, neue Kollegen und die damit verbundenen neuen sozialen Kontakte und kommunikativen Herausforderungen einstellen, ebenso auf Leistungsanforderungen des Betriebes. Berufliches Fachwissen muss intensiv reaktiviert werden.

Im Vergleich zum ersten Arbeitsmarkt bietet die Rathauspassage insbesondere im Rahmen des Modellprojektes die Chance, diese Lernleistungen in einer entsprechenden Zeit zu ermöglichen, die nicht zu Überforderung mit Abbruch der Berufstätigkeit führt. Einarbeitungszeiten können intensiver betreut werden und eine längere Zeit beanspruchen. Trotzdem werden neue Mitarbeiter von Anfang an in die Teams integriert und in die Arbeitsabläufe und eigenverantwortliches Handeln eingebunden. Frei von übertriebenem Sozialgebaren orientiert sich die Rathauspassage an Effektivität und Gewinn, bei dem jedoch die Mitarbeiterorientierung, -förderung und -forderung einen hohen Stellenwert einnimmt.

Aufgabenbereiche und Entscheidungsbefugnisse von Betriebsleitung, Coach und Pastor sind durch die Stellenprofile klar vertraglich geregelt. Zwischen Betriebsleitung und Coach gibt es viele Schnittstellen im Arbeitsalltag besonders im Bereich Personalentwicklung. Durch regelmäßigen Informationsaustausch und klare Absprachen arbeiten wir daran, für eine transparente Führung zu sorgen. Mit dem Hinzukommen des Pastors ab August 2014 und der damit einhergehenden Bildung des erweiterten Leitungsteams wurden gewisse Aufgaben, Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten neu definiert, erfolgt ein Austausch über Leitlinien und Qualitätsmanagement. Das erweiterte Leitungsteam arbeitete im Berichtszeitraum intensiv daran, die verschiedenen Rollen, Aufgaben und Verantwortlichkeiten noch klarer zu definieren, Schnittpunkte zu benennen, um als Leitungsteam geschlossen und einheitlich aufzutreten. Unterstützend dienen auch die wöchentlichen Beratungs- und Austauschtermine mit der Geschäftsführung der passage gGmbH.

Verantwortlichkeiten und Entscheidungsbefugnisse der Teamleiter wurden in Diskussion mit Mitarbeitern erarbeitet und verbindlich im Personalentwicklungskonzept festgelegt. Mit der Übernahme geeigneter Teamleiter in die Festanstellung kam es zu einer Weiterentwicklung der Qualitätsstandards und zu einer höheren Kontinuität der Arbeit.

Beschwerden tragen Mitarbeiter direkt an Vorgesetzte heran oder wenden sich damit an die Mitarbeitervertretung oder die Schwerbehindertenvertretung im Unternehmen.

Das Leitungsteam nutzt Supervision zur Verbesserung der Zusammenarbeit und Teamentwicklung.

## **C1.2. Faire Beschäftigungs- und Entgeltpolitik**

Für das Entgeltschema aller Beschäftigten gilt die Orientierung am Tarifvertrag der Länder. Alle Beschäftigten der Rathauspassage werden vor der Einstellung über das Entgeltschema und ihre Eingruppierung informiert, bei Mitarbeiter in geförderten Arbeitsverhältnissen ist es in der Regel TVL E2 Erfahrungsstufe 1 oder 2. Je nach Erfahrungshintergrund, der im persönlichen Gespräch mit der Betriebsleitung erläutert werden muss, erfolgt die Eingruppierung. Daher sehen wir das

Entgeltschema als transparent und verbindlich an. Die Mitarbeitervertretung wird bei Einstellungen und Eingruppierungen eingebunden.

Als Leitlinie der Beschäftigungspolitik gelten die im Unternehmensleitbild festgelegten Werte. In die Personalplanung werden Geschäftsführung, Leitungsteam und festangestellte Teamleiter eingebunden. Rückmeldungen der Kollegen, die Bewerber im Praktikum kennenlernen, fließen ebenso in die Entscheidung über Einstellung oder Ablehnung eines Bewerbers ein.

In der Rathauspassage bieten wir diverse freiwillige soziale Leistungen z.B. kostenlose Teilnahme an allen Weiterbildungen für Mitarbeiter, kostenloses Mineralwasser, diverse Einkaufsrabatte. Damit fördern wir ein gutes Betriebsklima und zeigen unsere Für- und Vorsorge. Die Profikarte wird von ca. 90% der Belegschaft genutzt.

Eine Verschlechterung der wirtschaftlichen Situation z.B. durch wegbleibende Umsätze führte in 2015 dazu, dass wir die Öffnungszeiten reduziert haben, um Kosten für Strom, Heizung etc. zu verringern. Diese Maßnahme zogen wir einer Reduzierung des Personals vor.

### **C1.3. Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung**

Die Arbeitszeiten orientieren sich an den Dienstplänen. Sofern möglich werden individuelle Wünsche bei der Dienstplanung berücksichtigt. Die Öffnungszeiten müssen personaltechnisch gut abgedeckt sein. Flexible Arbeitszeitmodelle sind z.T. möglich. Die Dienstpläne werden von den Teamleitern in Absprache mit den Kolleg/innen des Teams erarbeitet und von der Betriebsleitung gegengeprüft.

Das Leitungsteam regelt seine Arbeitszeit nach den betrieblichen Erfordernissen. Für konzeptionelles Arbeiten wird bei Bedarf von Homeoffice Gebrauch gemacht.

PC-Arbeitsplätze und schließbare Büros stehen nur begrenzt zur Verfügung. Mitarbeiter müssen mehr Flexibilität und strukturiertes Arbeiten (Zeitmanagement) entwickeln, PC-Arbeitszeiten besprechen und sich an den entsprechenden Arbeitsplätzen „einmieten“ oder mit Laptops arbeiten.

Es wurden in 2015 aufgrund der Mitarbeiterbedarfe zwei ergonomische Sitzhilfen gekauft. Unsere Arbeitsräume sind nur schwer mit einem Rollstuhl zugänglich. Es gibt jedoch Toiletten, die für Rollstuhlfahrer geeignet sind. Mitarbeiter können einen Pausenraum zur Entspannung nutzen.

Da es in der Rathauspassage viele Tätigkeiten gibt, bei denen schwere Lasten transportiert werden, wurde in 2015 ein Kurs zum rückengerechten Tragen und Heben von Lasten angeboten. Ein Programm zur betrieblichen Gesundheitsvorsorge gibt es nicht, es fanden jedoch mehrfach Schulungen zur Arbeitssicherheit, Brandschutz und Gesundheitsschutz statt.

Nach individuellem Bedarf finden regelmäßig Coaching und Beratung durch Betriebsleitung/Coach statt, die u.a. der physischen und psychischen Gesundheitsvorsorge dienen, Mitarbeiter können zusätzlich Seelsorgegespräche durch den Pastor oder Ehrenamtliche z.B. einen Diakon nutzen.

## **C1.4 Gleichstellung und Diversität**

Aufgrund unserer Kundschaft (Hamburger, deutsche und ausländische Touristen) stellen wir gern Mitarbeiter mit Migrationshintergrund ein, sofern ausreichend Deutschkenntnisse vorliegen. Zurzeit beschäftigen wir 5 Menschen mit Migrationshintergrund (25%). Eine Quote für die Besetzung von Stellen gibt es in der Rathauspassage nicht, wir achten neben der Fachkompetenz auch darauf, dass die Geschlechter in etwa ausgeglichen sind. Männer und Frauen sind in der Betriebsstätte Rathauspassage gleichgestellt. Für gleiche Leistung wird gleicher Lohn gezahlt. Im Unternehmen passage gGmbH gibt es keinen Gleichstellungsbeauftragten

Die Quote zur Beschäftigung von Menschen mit Behinderung ist in Abhängigkeit von den Bewerbern zu sehen und schwankt daher. Menschen mit Behinderung sind der Rathauspassage willkommene Mitarbeiter, sofern sie die Arbeitsfelder gut ausfüllen können.

Schulungen zu Anti-Diskriminierung und Bewusstseinsbildung in Bezug auf Behinderung und Gleichberechtigung zwischen den Geschlechtern fanden bisher nicht statt, es ergab sich kaum Bedarf. In einem Fall hat ein älterer türkischer Mitarbeiter Schwierigkeiten, sich einer Frau in der Rolle als Stellvertretender Teamleitung unterzuordnen. Hier gab es diverse Gespräche mit beiden, ein weiterer Austausch und die Entwicklung einer Kultursensibilität zwischen den Kollegen ist nötig.

In der Belegschaft gibt es ab und an Unverständnis in Bezug auf psychische Erkrankungen einzelner Mitarbeiter und deren dadurch verringerter Leistungsfähigkeit (zeigt sich z.B. in gehäuften Pausen, langsameren Arbeiten, Sprechen und Denken), die z.T. mit mangelnder Motivation verwechselt wird. Hier führen wir viele Einzelgespräche, um Vorbehalte bei Mitarbeitern abzubauen und sie für einen sensiblen Umgang mit den psychisch beeinträchtigten Kollegen zu sensibilisieren. Fairer und sozialer Umgang mit allen Mitarbeitern bedeutet für uns, individuelle Besonderheiten wie verminderte Leistungsfähigkeit anzuerkennen und wertschätzend zu berücksichtigen. Hier muss ein größeres Augenmerk auf Antidiskriminierung gelegt werden, auch um einer Mobbinggefahr vorzubeugen.

## **C2 Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit**

### **C2.1 Senkung der Normalarbeitszeit**

Die Arbeitszeit für Vollzeit beträgt im Unternehmen passage gGmbH und in der Rathauspassage 39 Stunden. Eine Senkung ist nicht vorgesehen und wirtschaftlich nicht tragbar, da es finanziell kaum Handlungsspielraum gibt. Für Mitarbeiter der Rathauspassage gibt es eine monatliche systematische Erfassung der Arbeitszeit und der Überstunden durch die tägliche Nutzung von Stempelkarten. Für Arbeitseinsätze am Sonntag, an Feiertagen und ab 21 Uhr werden nicht monetäre Zeitzuschläge entsprechend den gesetzlichen Vorgaben gewährt. Bei befristeten Mitarbeitern müssen die Überstunden ebenso wie der Urlaub am Ende der Vertragslaufzeit ausgeglichen, d.h. abgebaut sein.

## **C2.2 Erhöhung des Anteils der Teilzeit-Arbeitsmodelle und Einsatz von Zeitarbeit**

In der Rathauspassage werden keine Mitarbeiter in Zeitarbeit beschäftigt. Es ist jedoch möglich, in Teilzeit in der Rathauspassage zu arbeiten, sofern mit den betrieblichen Abläufen vereinbar. Bei der Personalauswahl sind wir auf die Vorschläge der Jobcenter angewiesen, die ihrerseits nur Langzeitarbeitslose mit mehreren Vermittlungshemmnissen vorschlagen. Häufig erkennen Bewerber im Praktikum ihre eingeschränkte Leistungsfähigkeit und wünschen eine Teilzeittätigkeit.

Im Berichtszeitraum war etwa die Hälfte der Mitarbeiter auf eigenen Wunsch in Teilzeit (20-32h) tätig. Jedoch wurde schnell deutlich, dass der Personalbetreuungsaufwand deutlich steigt, je mehr Teilzeitmitarbeiter in der Rathauspassage integriert werden müssen: Dienstpläne müssen angepasst werden, Urlaubsvertretungen organisiert werden, die Anzahl des Beratungs- und Coachingbedarfs steigt etc.

Eine Reduktion der Arbeitszeit wegen Elternzeit ist möglich und wurde auch vereinzelt in Anspruch genommen.

## **C2.3 Bewusster Umgang mit (Lebens-) Arbeitszeit**

Für viele FAV-Mitarbeiter ist ihre Berufstätigkeit in der Rathauspassage sehr erfüllend. Sie fühlen sich gebraucht, wichtig und gefordert- verglichen mit vorherigen Zeiten der Arbeitslosigkeit und des damit einhergehenden Gefühls unnütz, unerwünscht und vom Jobcenter abhängig und unmündig zu sein. Das Kollegium der Rathauspassage bietet eine „familiäre Zugehörigkeit“ mit vielen sozialen Kontakten, Herausforderungen, Lern- und Entwicklungsfeldern, Abwechslung, Bereicherung und zumeist auch die -zeitlich befristete- finanzielle Unabhängigkeit. Daher wird von vielen die Arbeitszeit als sinnerfüllte Lebenszeit wahrgenommen.

Da viele FAV-Mitarbeiter privat über wenig soziale Kontakte verfügen (nur ca. 20-30% leben in glücklichen Partnerschaften bzw. intakten Familien oder haben einen großen Freundeskreis) sind ihnen die Beziehungen zu den Arbeitskollegen sehr wichtig. Sie verbringen gern ihre Lebenszeit am Arbeitsplatz, bleiben z.T. länger auf der Arbeit als nötig und verabreden sich privat. Deutlich wird, dass viele Mitarbeiter samstags ungern arbeiten und es bevorzugen, am Wochenende zwei Tage hintereinander frei zu haben.

Bei Betriebsleitung und Coach entstehen Überstunden durch strukturelle Probleme wie die hohe Personalfuktuation und die geringe Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter. Obwohl beide Mitarbeiterinnen ihre Berufstätigkeit als große Bereicherung und sehr erfüllend ansehen, wird die hohe Arbeitsdichte z.T. als belastend wahrgenommen, weil Familien- und Entspannungszeit dadurch reduziert wird. Supervisionsangebote des Unternehmens werden genutzt, um dem entgegen zu wirken.

## **C3 Forderung und Förderung ökologischen Verhaltens der Mitarbeiter**

### **C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit**

Die Gastronomie der Rathauspassage bietet den Mitarbeitern die Möglichkeit, das Mittagessen (leichte gesunde saisonale Kost, vegetarische Suppen und Quiche, frisch gekocht) für 50 Prozent Rabatt zu erhalten. Mineralwasser steht allen Mitarbeitern kostenlos zur Verfügung. Mitarbeiter können selbstverständlich auch eigenes Essen mitbringen und dies im Pausenraum verzehren. Darüber hinaus wird das Gastronomieteam seit August 2015 von einem Ernährungsexperten geschult, um bei der Speisenzubereitung gesundheitliche Fragen stärker zu berücksichtigen, eigenes Wissen zu gesunder Ernährung auszubauen und Kunden besser beraten zu können. Jedem Mitarbeiter stehen die gesetzlich vorgeschriebenen Pausenzeiten zu. Betriebsleitung und Coach kontrollieren regelmäßig, ob Mitarbeiter die Pausen auch tatsächlich nehmen und sich um eine Vertretungsregelung kümmern, um in Ruhe essen zu können. Darüber hinaus animieren sie Mitarbeiter, ausreichend zu trinken und das Essen in der Gastronomie auszuprobieren. Da die Coach über eine Heilpraktiker Ausbildung verfügt, werden einzelne Mitarbeiter im Rahmen des Coaching zur Personalentwicklung bei Bedarf gezielt bezüglich gesunder Ernährung angesprochen und beraten.

### **C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz**

Die meisten Mitarbeiter nutzen die Profikarte, die vom Arbeitgeber bezuschusst wird, um mit öffentlichen Verkehrsmitteln zur Arbeit zu kommen. Einzelne nutzen auch das Fahrrad oder kommen zu Fuß. Kein Mitarbeiter der Rathauspassage hat einen Dienstwagen.

### **C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse**

Aufgrund der Ausrichtung der Rathauspassage nach den Schwerpunkten „fair, sozial, nachhaltig, regional“ spielen ökologische Themen eine wichtige Rolle. Allerdings bringen viele unserer Mitarbeiter z.T. aufgrund geringer Bildung zu den Themen wie Nachhaltigkeit und Umweltschutz wenig Wissen mit. Da unsere Mitarbeiter im Umgang mit unseren Kunden Botschafter unserer Werte sind ist es uns sehr wichtig, dass sie diese Werte auch mittragen. In Mitarbeiterworkshops, Teamleiterrunden und Teambesprechungen arbeiten wir daran, ein ökologisches Bewusstsein zu entwickeln und entsprechendes Handeln zu trainieren um glaubwürdig zu sein.

In der Gastronomie unterstützt ein externer Trainer und Ernährungsexperte Wissens- und Kompetenzaufbau hinsichtlich ökologischer Gesichtspunkte durch Mitarbeit und Training on the Job. Zu den Inhalten des Trainings gehören u.a. Umweltschutz und Abfallvermeidung. Hier ist jedoch noch viel Weiterbildungsarbeit nötig, um Mitarbeiter vom Wissen zum Handeln zu bewegen z.B. zu bewusster Mülltrennung im Büro, zu sparsamen Umgang mit Ressourcen wie Druckerpapier etc. In Teamleiterrunden spielen ökologische Fragestellungen regelmäßig eine Rolle, werden dort thematisiert und wir suchen nach praktikablen Lösungen.



## **C4 Gerechte Verteilung des Einkommens**

### **C4.1 Innerbetriebliche Bruttoeinkommensspreizung im Unternehmen (Relevanz: hoch)**

In der passage gGmbH orientiert man sich beim Gehalt -auch bei den öffentlich geförderten Arbeitsverträgen- am TVL (Tarifvertrag der Länder). Die Spreizung in der Betriebsstätte Rathauspassage zwischen niedrigsten und höchsten Einkommen liegt unter 1:3 bezogen auf Vollzeit.

### **C4.2 Mindesteinkommen**

Durch die Orientierung am TVL erhalten alle Mitarbeiter deutlich mehr als das Mindesteinkommen von 8,50€ pro Stunde. In der niedrigsten Gehaltsstufe TVL E2 S1 werden in der Rathauspassage ca. 1700€ brutto für Vollzeit gezahlt, das entspricht ca. 1228€ netto. Das Einkommen bei Vollzeitbeschäftigten bezogen auf die Lebenshaltungskosten der Region ist zumeist auskömmlich, auf jeden Fall stellt es für alle geförderten Mitarbeiter eine Verbesserung ihrer bisherigen finanziellen Situation dar. Außerdem werden die Vollzeitbeschäftigten durch ihr Einkommen unabhängig von finanziellen Zuwendungen des Jobcenters.

### **C4.3 Transparenz und Institutionalisierung**

Das durch den TVL begründete Entgeltschema ist durchs Internet für alle Mitarbeiter zugänglich. Die FAV-Mitarbeiter sind entweder in S1 Erfahrungsstufe 1 oder 2 eingruppiert, dies hängt u.a. von vorhandenen Berufserfahrungen in den letzten 3-5 Jahren ab bzw. von betriebsinternen Absprachen mit den Jobcentern. Alle anderen fest angestellten Mitarbeiter der Rathauspassage sind ebenfalls nach Stellenprofil, Berufserfahrung und Dauer der Firmenzugehörigkeit eingruppiert. Die Betriebsleitung der Rathauspassage nimmt die Eingruppierung vor, hält hierfür in schwierigen Entscheidungsfällen Rücksprache mit Verwaltungsleitung oder Geschäftsführung der passage gGmbH.

## **C5 Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz**

### **C5.1 Grad der Transparenz**

Transparenz in Bezug auf firmeninterne Daten setzt Vertrauen, Kompetenz und ein hohes Maß an Loyalität voraus. Die Budgetplanung, die u.a. auch die Personalplanung umfasst wird durch die Betriebsleitung erarbeitet in enger Zusammenarbeit mit dem Leitungsteam und der Geschäftsführung. Die fest angestellten Mitarbeiter werden in die Planung des Budgets miteingebunden, mit ihnen werden wirtschaftliche Daten wie Eingruppierungen des FAV-Personals, Kostenstruktur etc. besprochen. Hierbei ist uns Transparenz sehr wichtig, um das betriebswirtschaftliche Verständnis der Situation zu stärken.



Im Umgang mit den befristeten geförderten Mitarbeiter halten wir dieses Vorgehen nicht für sinnvoll aufgrund der geringen zeitlichen Zugehörigkeit und einem in der Regel geringeren Maß an Identifikation, Loyalität und betriebswirtschaftlichen Grundverständnis. Im Rahmen von Betriebsversammlungen erläutern wir Wirtschaftsdaten, machen die Mitarbeiter mit Umsatzzielen und erreichten IST-Zahlen vertraut, z.T. auch mit den Eckdaten der Kostenstruktur.

Die Betriebsleitung informiert Leitungsteam und Teamleiterrunde über Besonderheiten, Neuerungen, Pläne und erreichte Ergebnisse in den anderen Projekten der passage gGmbH, über interne Veränderungen und z.T. die wirtschaftliche Situation des Unternehmens. Bei Entscheidungen über Entlassungen/Einstellungen wird neben der Betriebsleitung immer die Mitarbeitervertretung eingebunden.

In der Rathauspassage sind alle PCs miteinander vernetzt und die Mitarbeiter können auf alle im Netz gespeicherten Daten z.B. Umsatzdaten zugreifen, Ergebnisse von Protokollen der Teamleiterrunden, der Mitarbeiterworkshops etc. einsehen. Eigene Protokolle wie auch Protokolle der Mitarbeitervertretung werden im Pausenraum ausgehängt. Betriebsleitung und Coach arbeiten in einem anderen Netz und sichern dort mitarbeiterrelevante Daten, die dem Datenschutz unterliegen.

Über die Internetseite [www.passage-hamburg.de](http://www.passage-hamburg.de) und [www.rathauspassage.de](http://www.rathauspassage.de) finden Informationen statt. Darüber hinaus finden einmal pro Jahr Mitarbeiterworkshops oder Betriebsempfänge statt bzw. ca. zweimal pro Jahr Betriebsversammlungen, in denen die wirtschaftliche Gesamtsituation des Unternehmens deutlich kommuniziert wird. Das Leitungsteam der Rathauspassage nimmt z.T. regelmäßig an diesen Veranstaltungen teil oder informiert sich über die Inhalte durch die Protokolle.

Über wichtige Diskussionsergebnisse und Beschlüsse der Gesellschafterversammlung oder des Vorstandes informiert die Geschäftsführung regelmäßig das Leitungsteam der Rathauspassage, das entscheidet, welche Informationen an die Belegschaft weiter gegeben werden.

## **C5.2 Legitimierung der Führungskräfte**

In der passage gGmbH entscheiden Geschäftsführung und z.T. Verwaltungsleitung über die Neueinstellung der Betriebsleitung. Die Betriebsleitung der Rathauspassage entscheidet in Abstimmung mit Coach und Teamleitung über die Nachbesetzung anderer FAV-Mitarbeiter. Darüber hinaus berät sich das Leitungsteam, wer eine Teamleiteraufgabe übernehmen soll und ggf. übernommen werden soll. Es ist geplant, dass in diese Entscheidungen künftig noch stärker die angestellten Teamleiter einbezogen werden.

## **C5.3 Mitbestimmung bei Grundsatz- und Rahmenentscheidungen**

Leitlinien, Kriterien des Qualitätsmanagement, inhaltliche Ausrichtung des Unternehmens etc. sind Ergebnisse umfangreicher Diskussionsprozesse innerhalb der Mitarbeiterschaft der passage gGmbH. Die konzeptionelle Neuausrichtung der Rathauspassage wurde unter Einbeziehung externer Experten erarbeitet und der Leitung der Rathauspassage als Arbeitsinstrument präsentiert. Wesentliche Entscheidungen im Rahmen des Organisationsentwicklungsprozesses werden zumeist im Leitungsteam gemeinsam mit der Geschäftsführung diskutiert und festgelegt,

ggf. in der Gesellschafterversammlung vorbereitet oder dort abgestimmt in. Hierbei sind wir stets um einen Konsens bemüht.

Entscheidungen, die das Alltagsgeschäft betreffen und die konkrete Umsetzungsebene werden z.T. im Leitungsteam besprochen, z.T. in der Teamleiterrunde oder direkt in den einzelnen Bereichsteams. In den Teamleiterrunden geht es um den Austausch und die Lösungssuche bezüglich der Alltagsherausforderungen u.a. um Maßnahmen zur Umsatzsteigerung, Maßnahmen zur Erhöhung der Zufriedenheit am Arbeitsplatz, Personalentwicklungsmaßnahmen etc.

Hier haben Teamleiter und Vertreter der Belegschaft die Möglichkeit, Kritisches und Lobenswertes einzubringen. Entscheidungen werden hier per Mehrheitsbeschluss getroffen.

## **C 5.4 Mit-Eigentum der Mitarbeiter**

Die Mitarbeiter können nicht Miteigentümer des Unternehmens werden oder Geschäftsanteile erwerben. Gewinne, die die Rathauspassage erwirtschaftet bleiben im Unternehmen und dienen der Konsolidierung, es erfolgt keine Gewinnverteilung.

## **D1 Ethisches Verkaufen**

### **D1.1 Gesamtheit der Maßnahmen für eine ethische Kundenbeziehung (ethisches Marketing und Verkauf)**

Das Leitbild der passage gGmbH und damit auch der Rathauspassage orientiert sich an humanistischen und christlichen Werten. Darin heißt es u.a. dass wir unterschiedslos mit allen und für alle Menschen arbeiten, unabhängig von Religion, Herkunft, weltanschaulichen oder politischen Überzeugungen, dass wir uns für eine soziale Gesellschaft engagieren und uns für Solidarität, Gerechtigkeit, Teilhabe und Integration einsetzen.

Für unsere Produkte und Dienstleistungen legen wir Wert auf Qualität und Nachhaltigkeit, die durch ein Qualitätsmanagement verlässliche Ergebnisse sichert.

In der Beziehung zu Mitarbeitern, Partnern und Kunden achten wir auf einen gegenseitigen respektvollen und wertschätzenden Umgang und faire Beratung. „Information und Transparenz sind die Grundlage, um Veränderungen zu gestalten. Die Reflektion von Erfolgen und Fehlern wird von uns als Chance zur Weiterentwicklung des Unternehmens wahrgenommen. Dies geschieht im Dialog unter Einbeziehung der unterschiedlichen Interessen“. Quelle: [www.passage-hamburg.de](http://www.passage-hamburg.de)

Darüber hinaus richten wir uns in unserem Konzept an den Inhalten fair, sozial, nachhaltig und regional aus. Wir achten darauf, Kunden mittel- und langfristig an uns binden, indem wir sie für unsere Idee, unsere Werte, unsere Produkte und Dienstleistungen, unseren Service und unser Tun begeistern.

Die Verankerung und Verinnerlichung dieser Werte bei den Mitarbeitern erfolgt durch Teambesprechungen, Mitarbeiterworkshops, Schulungen zur Verkaufsförderung, individuelle Beobachtung und Feed Back am Arbeitsplatz. Hier setzt Personalentwicklung und Coaching an, Fremd- und Selbstbild stärker in Übereinstimmung zu bringen und durch gezieltes Feed back neue Kompetenzen zu entwickeln und vorhandene auszubauen.

## **D1.2 Produkttransparenz, Fairer Preis und ethische Auswahl der KundInnen**

Um eine Transparenz zu unseren Produkten und Dienstleistungen zu ermöglichen nutzen wir unseren Internetauftritt, unsere Newsletter, eigenes Infomaterial, Infowand und persönliche Kundengespräche. Im Newsletter Juli 2014 z.B. beantworteten wir die wiederholte Fragestellung von Kunden „Was passiert mit den ganzen Einnahmen?“ Bei der Preisbildung für gebrauchte Produkte orientieren wir uns an marktüblichen Preisen unter Berücksichtigung unserer eigenen Kosten. Wir informieren unsere Kunden auch darüber, dass wir uns z.B. bei der Preisfestlegung antiquarischer Bücher auf verschiedenen Internetseiten über Preise informieren, z.T. tun wir dies gemeinsam mit dem Kunden.

Bei der Preisfestlegung eingekaufter Produkte orientieren wir uns an den marktüblichen Preisempfehlungen der Hersteller oder Lieferanten. Im Bereich Gastronomie haben wir aufgrund unserer Kalkulationen eine Preisobergrenze festgelegt, an der wir uns orientieren. Unser Essen soll eine vernünftige Qualität zu einem fairen Preis haben, der nicht über 5€ liegt.

Über konkrete Kosten und Umsätze werden unsere Kunden bzw. Mitbewerber nicht informiert, da die Finanzierung insgesamt sehr kompliziert ist und neben den Einnahmen durch Umsätze noch diverse andere Förderprogramme und Zuschüsse hinzukommen.

Wir werden auch künftig daran arbeiten, uns mit Ideen zur verbesserten Kundenkommunikation z.B. Infowand für Kundenfeedback, Kundenbeirat etc. auseinanderzusetzen.

Unethische Kunden sind für uns solche, die unsere Werte ignorieren bzw. in ihrer Unternehmenstätigkeit kaum berücksichtigen. Bei der Raum- oder Vitrinenvermietung bieten wir z.B. sozialen Vereinen und Initiativen, die mit ähnlichen Werten und Leitlinien wie wir arbeiten, aber über geringen Einnahmen verfügen spezielle Rabatte an oder stellen Räumlichkeiten kostenlos zur Verfügung. Dies taten wir z.B. im Rahmen der Indischen Woche im November 2015 mit unserem Kooperationspartner dem Verein Dewi Saraswati (seit 1998 Anerkennung des Spendensiegels vom DZI.) Kunden, deren Werte mit unseren nicht in Übereinstimmung zu bringen sind, sagen wir ab und begründen dies auch klar und deutlich.

RWE als unser derzeitiger Stromanbieter ist z.B. entsprechend unserer konzeptionellen Ausrichtung kein erwünschter Handelspartner. Leider sind wir durch langfristige Verträge noch bis 2017 an RWE gebunden. Wir führten jedoch schon Vorgespräche mit Lichtblick, um diesen als neuen und nachhaltigen Stromlieferanten kennenzulernen. Nach Ende der Vertragslaufzeit ist ein Wechsel zu einem ökologischen und nachhaltig arbeitenden Stromanbieter vorgesehen.

Bei anderen Kooperationspartnern fragen wir immer nach deren Leitbild und informieren uns über deren Geschäftstätigkeit. So wurde z.B. die Zusammenarbeit mit Coca Cola in 2014 bewusst beendet. Die AFD darf bei uns keine Räume mehr anmieten.

## **D1.3 Umfang der KundInnen-Mitbestimmung/ gemeinsame Produktentwicklung / Marktforschung**

Über Kundenbefragungen und Kundenfeedback erhalten wir Rückmeldungen, die wir genau analysieren, welches Verbesserungspotential darin steckt. Wir erfragen die Kundenmeinung zu den Preisen, zur Qualität unserer Angebote, zum Service etc. Die Ergebnisse nutzen wir, um Prozesse weiter zu optimieren und Kompetenzen auszubauen.

Beispielsweise stellten wir im Bereich Gastronomie eine höhere Nachfrage nach vegetarischem und gesundem leichtem Essen fest und passten im Juni 2015 unter Einbindung eines externen Ernährungsexperten unser Speisenangebot an. Wir bieten jetzt nur noch vegetarisches Essen an, haben uns auf frisch zubereitete Suppen und Quiche spezialisiert. Wünschen Gastronomiekunden ein Cateringangebot bieten wir auf Wunsch auch biologische Getränke oder Speisen mit biologischen Zutaten an.

Z.T. bieten wir Kunden individuelle Mitsprachemöglichkeiten bei der Preisfestsetzung an, z.T. ist eine Preisverhandlung möglich. Im Betriebshandbuch haben wir hierzu Richtlinien entwickelt und den Handlungsspielraum unserer Mitarbeiter beschrieben. Die Zusammenarbeit mit den Kunden zu verbessern ist auch künftig eine wichtige Herausforderung für uns, da wir die Kundenzahlen in einigen Bereichen deutlich steigern müssen. Daher ist es sehr wichtig für uns, uns regelmäßig mit interessierten Kunden auszutauschen und deren Rückmeldungen einzuholen, um sie noch stärker in unsere Arbeit einfließen zu lassen.

#### **D1.4 Service-Management**

Unsere Werte fair sozial, nachhaltig und regional sind in unserem Gesamtkonzept festgeschrieben. Diese Werte gelten auch für Service und Kundenorientierung. Ein umfassendes Servicekonzept incl. Reklamationsmanagement etc. wird noch erarbeitet. Qualitätskriterien unserer Produkte sind ebenfalls im Betriebshandbuch detailliert beschrieben. Zur Erhöhung der Servicequalität werden Mitarbeiter regelmäßig intern und extern geschult und trainiert, finden Teambesprechungen statt, bei denen verschiedene Maßnahmen festgelegt werden und finden Zielvereinbarungen statt.

Maßnahmen zur Kundenbindung sind u.a. Rabattaktionen, kostenlose Verkostungen, Verteilung von Gutscheinen an Neukunden, gezielte Kundengespräche zur Erfragung der Zufriedenheit, regelmäßige Verteilung des Newsletter u.a. über einen stetig wachsenden Mailverteiler, Dankeschreiben an Spender etc. Aufgrund von Kundenrückmeldungen im Fair Trade Shop haben wir jetzt seit November 2015 ein neues kostenpflichtiges Angebot entwickelt: Typ- und Stilberatung vor Ort.

Maßnahmen zum Empfehlungsmarketing müssen gezielt ausgebaut werden. Wir erfahren täglich aufs Neue, dass zufriedene Kunden für gute Mund zu Mund-Werbung sorgen. So registrieren wir z.B. im Bereich Gastronomie vermehrt Kunden, die bei uns mit Kollegen ihre Mittagspause verbringen, weil sie sich durch Angebot, Preis und Ambiente angesprochen fühlen oder unser Konzept für unterstützenswert halten.

Darüber hinaus gibt es keine finanzielle und technische Offenlegung von Informationen oder Weitergabe von Technologien.

## **D2 Solidarität mit Mitunternehmern**

### **D2.1 Offenlegung von Informationen + Weitergabe von Technologie**

Wir sind bemüht, mit den Unternehmen unserer Gesellschafter gut zusammen zu arbeiten z.B. wenn es darum geht, verschiedenen Zielgruppen berufliche Praktika bei uns zu ermöglichen und Berufskompetenzen auszubauen oder bei der Vermietung unserer Räume und Vitrinen. Bei Lieferanten bevorzugen wir Unternehmen, die ähnliche Werte wie wir als Leitbild haben und /oder sich sozial oder auf dem Gebiet der Nachhaltigkeit engagieren.

Dem Sozialkaufhaus Spendabel des sozialen Trägers einfaal haben wir gegen ein geringes Entgelt verschiedene Maschinen zur Verfügung gestellt. In Zusammenarbeit mit Oxfam holen wir unverkaufte Bücher und elektronische Medien ab, um sie bei uns anzubieten. Wir nahmen in 2014 an einem Tagesseminar statt, bei dem wir mit vielen verschiedenen Trägern und Sozialkaufhäusern in Deutschland intensiv Erfahrungen austauschten und an Best practise-Beispielen die Arbeitsweise erläuterten.

Mit der Herstellung diverser neuer Holzbeschilderungen beauftragten wir bewusst eine kleine Holzwerkstatt, in der Menschen mit Behinderung ins Arbeitsleben integriert werden.

Für Maler- und Renovierungsarbeiten beauftragten wir eine Produktionsschule, in der junge Leute mit diversen schwierigen Ausgangsvoraussetzungen eine anerkannte Ausbildung erhalten.

Unser Pastor engagiert sich als Mitglied des Leitungsteams in diversen kirchlichen Netzwerken, um die Zusammenarbeit mit dort tätigen Unternehmen auszubauen.

Wir sind in vielen Bereichen an Kooperationen interessiert, versuchen uns auch aufgrund unserer ethischen Werte miteinander zu vernetzen. Über unsere Partnerschaften berichten wir immer wieder in unserem Newsletter. Für unsere Kunden steigen dadurch die Stringenz unseres Handelns und unsere Glaubhaftigkeit. Sie registrieren, dass wir uns konsequent anders verhalten als dies in unserem Umfeld üblich ist und geben uns diesbezüglich positive Rückmeldungen.

### **D2.2 Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen und Finanzmitteln; kooperative Marktteilnahme**

Die Rathauspassage unterstützt die sozialen Projekte des eigenen Unternehmens bei der Vermarktung und dem Verkauf der selbst produzierten Produkte. Cateringanfragen, die über unser Angebot hinausgehen, leiten wir direkt an das Tochterunternehmen passage Gastronomie GmbH weiter und informieren die Kollegen. In 2014 haben wir die passage Gastronomie GmbH kostenlos mit der Bereitstellung von Personal und Fahrzeug bei der Auslieferung von Caterings unterstützt.

### **D2.3 Kooperatives Marketing**

Seit kurzem bauen wir den Kontakt und die Zusammenarbeit zu Hinz und Kunzt aus, einem Unternehmen, das sich stark für Obdachlose in Hamburg engagiert. Ein Ergebnis der Zusammenarbeit im Bereich Marketing ist z.B. eine gemeinsam erarbeitete Fotoserie mit Menschen, die bei uns arbeiten und faire Mode präsentieren. Dieser Bericht in der

Septemberausgabe von Hinz und Kunzt diene gleichzeitig der Werbung für unsere Veranstaltung Faire Modenschau im Rahmen der Fairen Woche. Hierfür bauten wir in diesem Jahr auch den Kontakt zum Museum für Kunst und Gewerbe auf. Während der aktuellen Ausstellung „Fast Fashion“, die sich intensiv mit den sozialen und ökologischen Problemen der Modeproduktion insbesondere in Entwicklungsländern beschäftigte konnten wir dort mit Flyern für unsere Modenschau werben, ebenso in der Filiale von Hess Natur. Darüber hinaus suchten wir den Kontakt zu Green Peace, um für unsere Modenschau zu werben. Im Fair Trade Shop liegen jetzt Flyer von Green Peace zu den Vorteilen des Kaufs von Second Hand Mode aus

Auf Initiative des Pastors kooperieren wir mit einer Initiative der Flüchtlingshilfe in Hamburg. Dies dient auch dazu, unser Profil im Bereich des sozialen Engagements zu schärfen.

Auch künftig wollen wir uns stärker in sozialen und ökologischen Netzwerken präsentieren. Wir sind überzeugt vom gegenseitigen Nutzen gemeinsamer Initiativen und der Bündelung der Kräfte zum beidseitigen Vorteil und haben in 2015 vielerlei positive Erfahrungen gesammelt.

## **D3 Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen**

### **D3.1 Produkte/ Dienstleistungen sind im ökologischen Vergleich zu P/DL von MitbewerberInnen bzw. Alternativen von gleichem Nutzen**

Entsprechend unserer Ausrichtung, bei der Nachhaltigkeit einer der Schwerpunkte ist, versuchen wir ökologische Aspekte in unserem täglichen Tun zu berücksichtigen.

In der Gastronomie bieten wir bei Getränken seit 2014 Bio-Getränke an, ausschließlich in Pfandflaschen. Alle Getränkedosen wurden in 2015 konsequent stark preisreduziert abverkauft und werden künftig aus ökologischen Gründen nicht mehr geführt. Wir haben in 2015 das Speisenangebot auf vegetarisch umgestellt und einen Obst/Gemüse-Händler aus der Region ausgewählt. Milch für Kaffee gibt es bei uns jetzt in auffüllbaren Kännchen, statt in Mini-Portionseinheiten. Die Umstellung auf Bio für das Speisenangebot ist fürs erste Quartal 2016 geplant. Wir haben Gespräche mit einem Lieferanten für Ökostrom geführt, werden nach dem Ende der Vertragslaufzeit wechseln.

Wir haben unseren Fuhrpark von zwei auf einen PKW verkleinert und die Fahrzeuglogistik optimiert. An der konsequenten Mülltrennung müssen wir weiterhin arbeiten.

Bei unseren Second Handprodukten waschen wir z.T. die Spenden, um ihre Verkaufsfähigkeit zu erhalten und damit ihre Lebensdauer -in Zeiten kurzlebiger Mode- zu erhöhen. Nicht verkaufbare Ware geben wir an Upcyclingprojekte oder an Kleiderkammern weiter. So vermeiden wir die Entstehung von Müll. Im Fair Trade Shop gehört der Verkauf von zertifizierten Bio-Lebensmitteln und seit 2014 von Biomode zu unserem Sortiment.

Müssen Lampen ausgetauscht werden, versuchen wir, wenn möglich energiesparende LED-Lampen zu verwenden. Ein Teil der defekten alten, stark stromfressenden Leuchtmittel wurde nicht ausgetauscht sondern vom Stromkreis genommen, stattdessen wurden durch Renovierung mit hellen frischen Farben neue Licht- und Farbaspekte gesetzt. Vitrinen werden seit 2015 komplett mit LED beleuchtet.



Bei unserem Umbauvorhaben wird nachhaltiges ökologisches Bauen geplant. Einsparungen der Verbrauchsstoffe und Ressourcen sind unmittelbare Auswirkungen, Erhöhung der Glaubwürdigkeit in Bezug auf unsere Werte ist ein weiterer positiver Aspekt der hier skizzierten Maßnahmen.

### **D3.3 Kommunikation: Aktive Kommunikation ökologischer Aspekte den KundInnen gegenüber**

Wir trainieren die Mitarbeiter, in Kundengesprächen die ökologischen Vorteile unserer Produkte werbend einzubringen. Bei neuen Produkten bitten wir die Lieferanten oder Designer unsere Mitarbeiter zu schulen und auf ökologische Aspekte hinzuweisen. Produkt-Informationsmaterial liegt für die Kunden gut sichtbar aus. Zum Thema Second Hand haben wir seit August 2015 Infomaterial von Greenpeace, das die ökologischen Vorteile von Second Hand plausibel darlegt.

An unserer Kunden-Informationswand hängt unser Leitbild gut sichtbar aus.

Wir überdenken, wie wir unsere ökologischen Bemühungen noch deutlicher den Kunden gegenüber kommunizieren.

## **D4 Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen**

### **D4.1 Erleichterter Zugang zu Informationen/ Produkten/ Dienstleistungen für benachteiligte KundInnen-Gruppen**

Interessierte und Kunden werden über unsere Werbematerialien wie Flyer, Plakate, Aushänge, Infowand, Newsletter, über unsere Internetseite, über persönliche Beratungs- oder Verkaufsgespräche über unsere Produkte und Dienstleistungen informiert. Die geplante Neugestaltung unserer Internetseite soll künftig noch stärker über unsere Produkte z.B. in Form eines Showrooms informieren.

Darüber hinaus verteilen wir unseren Newsletter auch im passage-internen Verteiler bzw. über einen Interessenten-Mail-Verteiler. Wir werben für unsere Angebote in diversen Netzwerken besonders im kirchlichen Kontext, künftig ist eine stärkere Vernetzung im Bereich der Nachhaltigkeit geplant. An unserer Hamburg-Information bieten wir auch fremdsprachliche Informationsmaterialien für Touristen, beraten selbst auch in Englisch o. je nach vorhandenen Kompetenzen in anderen Sprachen.

Für benachteiligte Kundengruppen können unsere Mitarbeiter bei gespendeter Ware einkommensschwachen Kunden individuelle Kundenrabatte gewähren. Ein Teil der Second Hand-Spenden wird auch direkt an Frauenhäuser oder Obdachlose etc. kostenlos weiter gegeben.

Wir ermöglichen bei uns die Absolvierung von Berufspraktika oder ehrenamtlicher Mitarbeit. Letzteres wird mitunter von Arbeitsuchenden zur Überbrückung genutzt. Ehrenamtliche können genau wie angestellte Mitarbeiter diverse soziale Leistungen wie Einkaufsrabatte nutzen.

Aufgrund der aktuell brisanten Flüchtlingsproblematik planen wir in Zusammenarbeit mit der Diakonie kostenlose Beratungsangebote für Flüchtlinge, suchen aktuell Ehrenamtliche für Deutschkursangebote.



## **D4.2 Förderungswürdige Strukturen werden durch Vertriebspolitik unterstützt**

Wir bieten Kunden, Initiativen, Vereinen und Unternehmen deren Werte unseren ähnlich sind und die sich fürs Gemeinwohl oder sozial engagieren und die nur über geringe finanzielle Ressourcen verfügen unsere Räume oder Vitrinen zum reduzierten Preis oder kostenlos an.

## **D5 Erhöhung des sozialen Branchenstandards**

### **D5.1 Kooperation mit MitbewerberInnen und Partnern der Wertschöpfungskette**

Zur Erhöhung sozialer Standards hat die Rathauspassage freiwillig die „Art but Fair“-Selbstverpflichtung unterzeichnet. Somit werden alle bei uns auftretenden Künstler fair bezahlt. Wir nutzen unser Veranstaltungsprogramm regelmäßig, um soziale oder ökologische Themen mit Interessierten, Kunden oder Mitarbeitern in einem ansprechenden Rahmen zu thematisieren. Diese Veranstaltungen sind kostenlos, um allen Menschen die Teilnahme zu ermöglichen. Wir unterstützen Initiativen und Netzwerke, die sich in diesem Bereich engagieren und bieten ihnen z.T. kostenlos unsere Räumlichkeiten an.

Für 2016 haben wir geplant, im Bereich der Nachhaltigkeit noch stärker Akzente zu setzen z.B. durch Fachvorträge oder Podiumsdiskussionen mit ausgewählten Experten.

### **D5.2 Aktiver Beitrag zur Erhöhung legislativer Standards**

Unser Pastor setzt sich insbesondere in kirchlichen Netzwerken engagiert ein, bei der Erhöhung sozialer Standards mitzuwirken.

### **D5.3 Reichweite, inhaltliche Breite und Tiefe**

Ein anteiliges Geschäftsvolumen können wir hierbei nicht ermitteln, wir sind jedoch davon überzeugt, dass unser Engagement und unsere Rückmeldungen z.B. im Bereich der Beschäftigungspolitik Langzeitarbeitsloser Wirkung zeigen, Rahmenbedingungen im Arbeitsmarkt zu verbessern.

## E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte/Dienstleistungen

### E1.1 Produkte/ Dienstleistungen decken den Grundbedarf oder dienen der Entwicklung der Menschen/ der Gemeinschaft/ der Erde und generieren positiven Nutzen

Unsere Vielfalt an Produkten und Dienstleistungen ermöglicht alle neun Grundbedürfnisse nach Manfred A. Max-Neef zu erfüllen –je nach Kunde bzw. je nach Produkt/Dienstleistung. Unsere Produktvielfalt zeigt in vielerlei Hinsicht ökologische oder soziale Alternativen auf, die unseren ethischen Werten entsprechen.

Für unsere befristeten geförderten Mitarbeiter, ehemals Langzeitarbeitslose bietet die sinnerfüllte Arbeit bei uns einen hohen persönlichen Wert. Hier werden Bedürfnisse wie Identität, Teilhabe an der Gesellschaft, (finanzielle) Sicherheit, Subsistenz immer wieder von den Mitarbeitern als wertvoll und stabilisierend betont.

Top 5 angebotene Produkte/ Dienstleistungen (in % des Umsatzes)	Deckt das P/D einen Grundbedarf (suffizient) und ist es lebensnotwendig?	Positive Wirkung auf Mensch/ Gemeinschaft/Erde	Negative mögliche/ tatsächliche Folgewirkung des P/D
Geförderte Arbeit	Grundbedürfnis	Bietet Subsistenz, Sicherheit, Teilnahme, Identität, Kreativität für d. Menschen	Verlust schwächt
Vegetar. Mittagstisch (Gastronomie gesamt: ca. 15% der Umsätze)	Suffizient, da einfach, aber gesund	Nährstoff- und Energieversorgung des Körpers, Rabatt ist freiwillige soziale Leistung, stärkt Mitarbeitermotivation, Verzicht auf Fleisch positiv f. ökol. Gleichgewicht	Kunden, die Fleischgerichte bevorzugen sind als Kunden-gruppe ausgeschlossen
Ökolog. Kleidung (ca. 2-5% der Umsätze)	Suffizient und dient einem guten Leben	Herstellung schont natürl. Ressourcen, gute Kleidung schafft Wohlgefühl	Da etwas teurer finanz. nicht für jeden erschwinglich
Veranstaltungen mit sozialen o. ökol. Themen	Dient gutem Leben	Regt zur Weiterbildung und Bewusstseinsbildung an, schafft Identität und Teilnahme	Spricht nur spezielle Kunden an je nach Format
Bücher des Antiquariats (ca. 30% der Umsätze)	Dient gutem Leben	Regt zur Weiterbildung und Bewusstseinsbildung an, schafft Identität und Teilnahme, reduziert Müllberge, verlängert Lebensdauer der Produkte	

Der Veranstaltungsbereich bietet neben wöchentlichen Andachten ein spannendes Angebot an hochwertigen künstlerischen, kulturellen und bildenden Formaten. Monatliche Lesungen, Buchvorstellungen, thematische Vorträge, Produktpräsentationen, Verkostungen, Podiums-

diskussionen oder Konzerte greifen die inhaltliche Ausrichtung der Rathauspassage auf und setzen sich ansprechend, anregend und unterhaltend damit auseinander.

Darüber hinaus bieten monatliche Ausstellungen Künstlern und sozial bzw. gesellschaftlich engagierten Akteuren, die z.B. im sozialen Kontext oder im Bereich von Ökologie und Nachhaltigkeit tätig sind die Möglichkeit, sich und ihre Ideen, Projekte und Produkte öffentlich zu präsentieren- in Übereinstimmung mit den Werten der Rathauspassage.

Künstlerische und kulturelle Projekte z.B. Chor-, Musik- oder Theatergruppen nutzen den Veranstaltungsraum für ihre Aktivitäten wie konzeptionelle Arbeit, Proben, Auftritte.

## **E1.2 Ökologischer und sozialer Vergleich der Produkte/ Dienstleistungen mit Alternativen mit ähnlichem Endnutzen**

Im Vergleich zu anderen Unternehmen im Handel bieten wir aus unserer Sicht deutlich über dem Durchschnitt liegende soziale und/oder ökologische Produkte oder Dienstleistungen an.

Uns sind keine anderen Anbieter mit ähnlichem Portfolio in Hamburg bekannt, die ihre Prozesse im Bereich der Gemeinwohlökonomie evaluieren.

## **E2 Beitrag zum Gemeinwesen**

### **E2.1 Leistungen**

Die Rathauspassage sucht und fördert Austausch und Zusammenarbeit mit Unternehmen und Partner der Diakonie und den kirchlichen Gesellschaftern der passage gGmbH, kirchliche Netzwerken, in Fair Trade-Netzwerken, sie ist im Netzwerk „Gerechte Stadt“ vertreten. Sie sucht die Zusammenarbeit mit Netzwerken im Bereich von Ökologie und Nachhaltigkeit z.B. N-Klub, Zukunftsrat, Gemeinwohlökonomie.

Unternehmen, die ähnliche Unternehmenswerte haben und sich entsprechend engagieren: Effenberger, Ölmühle Solling, Marlowe Nature, Lemonaid, Viva Con Aqua, Vaspucci, Budni, Otto etc.

-Einrichtungen der beruflichen Stabilisierung oder Reintegration wie ARINET, Marthastiftung

-Jobcenter, insbesondere JC für schwerbehinderte Menschen

-andere Betriebsstätten und soziale Projekte der passage gGmbH

Diese Unternehmen sind für uns Lieferanten, Kooperationspartner für Aktionen, gemeinsame Projekte, Weiterbildungs- und kulturell-künstlerische Angebote. oder als Partnerunternehmen, um den befristet Beschäftigten Praktika und Anschlussperspektiven zu eröffnen. Darüber hinaus bieten wir Einrichtungen der Lehre, Aus- und Weiterbildung wie z.B. der Hafen City Universität Hamburg, die Chance als Partner aus der Praxis Theorie und Lehre in der praktischen Umsetzung zu erproben.

Entsprechend unserer inhaltlichen Ausrichtung wollen wir uns als ernstzunehmender konsequent und glaubwürdig handelnder Akteur in der Gesellschaft etablieren.

## E2.2 Wirkungen

Die Rathauspassage ist mehr als eine Einkaufspassage. Sie hat sich bereits als ein **besonderer Ort mit Seele** entwickelt, in den man **bewusst** und gern einkehrt, weil er als Oase in der Hektik der Großstadt allen Besuchern, egal ob Hamburgern oder Touristen aus der ganzen Welt-Entspannung, Ruhe und sinnlichen Genuss bietet. Hier erhält man, auf einem Marktplatz für soziale Gerechtigkeit- Waren, Produkte und Dienstleistungen, die sozial, fair, nachhaltig und/oder regional sind und womit sich daher christlich und /oder humanistisch orientierte Menschen in hohem Maße identifizieren können, weil sie wissen, dass sie mit dem Einkauf der Produkte ihren Beitrag leisten, die Welt fairer zu gestalten.

Zudem erhalten die Besucher der Rathauspassage Beratung und Service mit Herz. Sie sind jeder Zeit willkommene Gäste, die mit Respekt und echter Herzlichkeit -als innerer Haltung aller Mitarbeiter- wertgeschätzt werden. Gleichzeitig entwickelt sich die Rathauspassage als ein zentraler Ort der künstlerisch-kulturellen Begegnung und Inspiration weiter, ein Ort an dem christliche und humanistische Werte bildend, unterhaltend und überzeugend erlebbar sind. Nachhaltigkeit und ökologisches Denken bezieht sich selbstverständlich auch auf den sparsamen und sinnvollen Einsatz aller Ressourcen wie Verbrauchsstoffe, Strom, Wasser, Energie etc. Zudem zieht die Rathauspassage als Kommunikationsort immer stärker Menschen und Initiativen an, die den gesellschaftlichen Wandel aktiv mitbestimmen und mitgestalten wollen, um unsere Gesellschaft menschlicher und lebenswerter zu entwickeln. Zukunftsthemen von Kirche und Gesellschaft sollen künftig noch stärker durch die Rathauspassage miterarbeitet werden und in engagierten Aktionen münden, die deutliche Zeichen setzen.

## E2.3 Intensität

Die oben genannten Themen müssen noch stärker in die Neufassung unseres Konzepts eingearbeitet werden. Im Leitungsteam der Rathauspassage sind sie im Bewusstsein und beeinflussen unsere alltägliche Arbeit.

Damit sich auch unsere Mitarbeiter noch stärker mit diesen Themen auseinandersetzen müssen die Ideen und Anregungen aus der Gemeinwohlökonomie noch mehr für die tägliche Arbeit herunter gebrochen werden und mit den Mitarbeitern Ideen der Umsetzung erarbeitet werden.

## **E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN**

### **E3.1 Absolute Auswirkungen**

Umweltdaten werden kaum erfasst, daher kann kein ökologischer Fußabdruck ermittelt werden. Einzig allein für den Stromverbrauch haben wir eine statistische Auswertung vorliegen, die uns zeigt, dass sich die Stromkosten in 2014 im Vergleich zu 2013 deutlich verringert haben. Dies lässt sich auf folgende Maßnahmen zurückführen: Umstellung in der Gastronomie (täglich frisch zubereitetes vegetarisches Essen) führt zu deutlich weniger tiefgekühlter Ware, drei große Tiefkühltruhen wurden vom Netz genommen.

Darüber hinaus haben wir mit unseren Dienstleistern für Klima- und Belüftungstechnik veränderte Einstellungen vorgenommen, diverse Reparaturen ausgeführt und die Mitarbeiter auf einen sparsamen Einsatz der Heizungs- und Lüftungstechnik angesprochen, besonders darauf, dass über Nacht die Kühlung ausgeschaltet wird.

### **E3.2 Relative Auswirkungen**

Aufgrund der veralteten Technik (17 Jahre alte Bausubstanz) und vieler veralteter Geräte sind unsere Verbräuche in allen Bereichen sehr hoch. Ein Ziel des geplanten Umbaus ist eine deutliche Reduktion des Verbrauchs an Strom, Wasser, Energie, Heizkosten etc.

### **E3.3 Management und Strategie**

Der sparsame Umgang mit den Ressourcen ist aus wirtschaftlichen Gründen unabdingbar. Aufgrund der hohen Verbrauchsdaten wurden im Berichtszeitraum folgende ökologischen Ziele für den Umbau der Rathauspassage erarbeitet: Ressourceneffizienz für alle Bereiche (Energieeffizienz, nachwachsende Rohstoffe, Nutzungsvariabilität, Recyclingfähigkeit), in Hinblick auf die öffentliche Toilettenanlage: verantwortungsvoller Umgang mit der Ressource Wasser. Der Einbau von Fenstern zur besseren Tageslichtnutzung soll die Kosten für Beleuchtung deutlich reduzieren.

Für die inhaltlichen Projektziele wird eine „nachhaltige Entwicklung, die über die gesetzlichen Forderungen hinausgeht“ angestrebt.

## **E4 Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung**

Den Begriff der Leistung beziehen wir in der Rathauspassage auf die bestmögliche Qualität unserer Produkte und Dienstleistungen. Wir achten auf Nachhaltigkeit und arbeiten daran, soziale, wirtschaftliche und ökologische Aspekte miteinander in Einklang zu bringen. Durch ein Qualitätsmanagementsystem werden Standards festgelegt.

Kapitalrenditen spielen bei uns keine Rolle, die wirtschaftliche Stabilität steht an erster Stelle.

### **E4.1 Außenausschüttung**

Gewinne werden nicht an externe Eigentümer ausgeschüttet sondern bleiben im Unternehmen.

### **E4.2 Gemeinwohlorientierte Gewinnverwendung**

Der Gewinn wird ausschließlich zur Stärkung des Eigenkapitals des Unternehmens verwendet und sofern erforderlich für sozial-ökologische Investitionen genutzt.

## **E5 Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung**

### **E5.1 Transparenz**

Die Rathauspassage erstellte im November 2015 erstmalig die GWÖ-Bilanz. Wir werden eine verkürzte Fassung nach der Auditierung auf unsere Internetseite stellen und in unserem Newsletter darüber berichten. Über den Bericht werden unsere Gesellschafter informiert.

### **E5.2 Mitbestimmung**

Der GWÖ-Bericht wurde hauptsächlich durch die Betriebsleitung der Rathauspassage erstellt. Das Leitungsteam der Rathauspassage hat durch Anregungen und Hinweise am Bericht mitgewirkt. Einige Fragestellungen wurden in den Teamleiterrunden diskutiert. Deren Rückmeldungen flossen ebenfalls in den Bericht ein. Das neue Mitarbeiterteam wird im ersten Quartal 2016 mit den Ergebnissen des Berichtes vertraut gemacht. Das Leitungsteam wird für 2016 die Schwerpunkte der Arbeit zu den Fragestellungen der Gemeinwohlökonomie festlegen auf die wir in 2016 das Hauptaugenmerk unserer Arbeit setzen werden. Daran anschließend wird das Leitungsteam festlegen, wie die Mitarbeiter künftig stärker in die Auseinandersetzung mit der Thematik eingebunden werden und in die Erstellung der Folgeberichte.

## Ausblick

### KURZFRISTIGE ZIELE

Für 2017 ist der Umbau der Rathauspassage geplant, um diese Betriebsstätte der passage gGmbH noch stärker als „soziale Visitenkarte und Werbefläche für die Weltstadt Hamburg“ im Herzen Hamburgs an zentraler Stelle zu präsentieren. Nach dem Umbau gelangt die Rathauspassage aus dem Untergrund ans Tageslicht und die Darstellung gelebter christlicher und humanistischer Werte muss deutlich sichtbar werden.

Vor diesem Hintergrund stellen wir uns in 2016 der Herausforderung, unser Profil stärker zu schärfen und unsere ethischen Werte, die in den Themen der Gemeinwohlökonomie konsequent hinterfragt werden, für Kunden erlebbar zu machen. Eine wichtige Herausforderung wird das Optimieren der ethischen Kundenbeziehung und des ethischen Verkaufens sein und ein entsprechendes Marketing.

Der Umbau selbst verfolgt ökologische Ziele und ist auf Nachhaltigkeit und sparsamen Verbrauch der Ressourcen orientiert, wird unsere ökologischen Standards deutlich erhöhen.

### LANGFRISTIGE ZIELE

Durch die weiterführende Auseinandersetzung mit den Ideen und Prinzipien der Gemeinwohlökonomie legen wir einen starken Fokus auf die konsequente Umsetzung unserer Werte und Ziele. Hier können wir uns im Branchenvergleich vorbildhaft hervortun. Als soziales Projekt ist die wirtschaftliche Stabilisierung Voraussetzung für den Fortbestand der Rathauspassage. Die Anregungen der Gemeinwohlökonomie werden uns auf diesem Prozess weiter voran bringen.



## BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ

### **Wer war bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz/ dem GWÖ-Bericht im Unternehmen involviert? Welche Stakeholder waren involviert?**

Diese Gemeinwohlbilanz wurde im sog. Peergroup-Verfahren erstellt. Zu unserer Peergroup gehörten die folgenden Unternehmen:

- hib hamburger immobilienberater Projektentwicklungsgesellschaft mbH & Co. KG und hamburger immobilienberater GbR, Hamburg
- passage gemeinnützige Gesellschaft für Arbeit und Integration mbH, Hamburg
- Christian Jensen Kolleg gemeinnützige GmbH, Breklum
- Bosse Westphal Schäfer, Architekten und Sachverständige PartG mbB, Winsen

Das Erstellen der Gemeinwohlbilanz erfolgte von Mai 2015 bis Dezember 2015 u.a. in fünf Treffen der Peergroup, die von den GWÖ-Beratern Gerd Lauermann und Manfred Jotter moderiert wurden. Die Peergroup-Treffen dienten dem Austausch zu den verschiedenen Indikatoren und dem Prozess insgesamt. Die Berater waren moderierend und unterstützend tätig

### **Für die Rathauspassage waren folgende Mitarbeiter involviert**

Diana Mack, Betriebsleitung Rathauspassage (federführend, Hauptverantwortung für Inhalte)  
Britta Lüdeke-Kaufholz, Coach und Stellvertretende Betriebsleitung Rathauspassage  
Dr. Nils Petersen, Pastor in der Rathauspassage, Kirchenkreis Hamburg Ost  
Lynn Graves, Fundraiserin der Rathauspassage, Kirchenkreis Hamburg Ost  
Gudrun Stefaniak, Geschäftsführung passage gGmbH

### **Wieviele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?**

-Vier Treffen zu den Peergroupmeetings durch die Betriebsleitung, bei einem Treffen war die Fundraiserin vertreten: gesamt ca. 16 Stunden  
-Vor- und Nachbereitung für die Treffen: jeweils ca. 4 Stunden, gesamt 16 Stunden  
-Austausch mit Mitgliedern der Peergroup und ca. 12 Stunden auf die ganztägige Peerevaluierung inkl. Nachbereitung.  
-Gestaltung Endfassung: ca. 25 Stunden  
Insgesamt: ca. 69 Stunden

### **Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?**

Da der Bericht erst seit kurzem vorliegt, kann der Bericht in der gegenwärtigen Fassung erst in den nächsten Tagen intern kommuniziert werden. Dies erfolgt in der Leitungsrunde der Rathauspassage gemeinsam mit der Geschäftsführung der passage gGmbH.

Datum: 29. November 2015

Diana Mack, Betriebsleitung Rathauspassage

---