

Gemeinwohl-Matrix 5.1 – mit Checkfragen



WERTE BERÜHRUNGSGRUPPE	Menschenwürde	Solidarität & Soziale Gerechtigkeit	Ökologische Nachhaltigkeit	Transparenz und Mitentscheidung
A: Lieferant*innen	A1 Menschenwürde in der Lieferkette ■ Werden die Lieferant*innen nach ethischen Kriterien ausgewählt? ■ Werden dort faire Arbeitsbedingungen/Menschenrechte gewahrt?	A2 Solidarität & Gerechtigkeit in der Lieferkette ■ Gibt es langfristige Beziehungen mit den Lieferant*innen? ■ Wird für faire und solidarische Geschäftsbeziehungen gesorgt?	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette ■ Wird der Einkauf nach ökologischen Kriterien getätigt? ■ Werden Umweltauswirkungen in der Beschaffung reduziert?	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette ■ Werden Lieferant*innen informiert und können mitbestimmen? ■ Wird Transparenz und Beteiligung bei den Lieferant*innen gefördert?
B: Eigentümer*innen, Eigenkapital und Finanzpartner*innen	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln ■ Ist das Konto bei einer ethischen, nachhaltigen Bank? ■ Ist das Unternehmen finanziell unabhängig (schuldenfrei)?	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln ■ Werden Gewinne zur Sicherung der Zukunft verwendet? ■ Wird Gewinnauszahlung an externe Eigentümer*innen minimiert?	B3 Sozial-ökologische Investitionen + Mittelverwendung ■ Werden bei Investitionen soziale und ökologische Aspekte geprüft? ■ Wird in ökologische und soziale Projekte / Sanierungen investiert?	B4 Eigentumsstruktur und Mitentscheidung ■ Ist das Eigentum demokratisch auf Mitarbeitende, Kund*innen und/oder Bürger*innen verteilt?
C: Mitarbeitende und Arbeitspartner*innen	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz / im Arbeitsumfeld ■ Wird Wohlbefinden und Gesundheit der Mitarbeitenden gefördert? ■ Wird Gleichberechtigung und Eigenverantwortung gefördert?	C2 Gestaltung fairer und gerechter Arbeitsvereinbarungen ■ Sind flexible Arbeitszeitmodelle, z.B. Teilzeit, möglich? ■ Werden Arbeit und Gehälter gerecht verteilt?	C3 Umweltfreundliches Verhalten der Mitarbeitenden ■ Wird umweltfreundliche Mobilität (z.B. Fahrrad, Zug, Bus) gefördert? ■ Wird ökologische Ernährung gefördert (bio, vegetarisch, regional)?	C4 Mitentscheidung + Transparenz in der Organisation ■ Werden Mitarbeitende gut informiert und können mitentscheiden? ■ Werden Führungskräfte demokratisch gewählt?
D: Kund*innen und Geschäftspartner*innen	D1 Ethische Beziehungen mit Kund*innen ■ Stehen Kundenwünsche und Reklamationen über Gewinnstreben? ■ Gibt es Angebote für benachteiligte Gruppen (sprachlich, finanziell, körperlich)?	D2 Kooperation und Solidarität mit anderen Organisationen ■ Wird mit Konkurrenz-Unternehmen kooperiert, z.B. Wissen und Mitarbeitende ausgetauscht? ■ Wird mit anderen kooperiert, um Standards zu erhöhen?	D3 Umwelt-Auswirkung von Produkten (bei + nach Nutzung) ■ Sind die Angebote (Produkte) umweltfreundlich, z.B. lange haltbar, reparierbar, recyclebar? ■ Werden Kund*innen ermutigt, nur das Nötigste zu kaufen?	D4 Kunden-Mitwirkung und Produkttransparenz ■ Können sich Kund*innen bei der Produktgestaltung beteiligen? ■ Sind Inhalts-, Gefahrenstoffe und Preisbestandteile transparent?
E: Globale Gemeinschaft, Natur und Lebewesen	E1 Sinn von Produkten sowie Auswirkung (Gesellschaft, Natur) ■ Erfüllen die Angebote Grundbedürfnisse (sind keine Luxusartikel)? ■ Wird ein positiver Sinn für Mensch und Umwelt erfüllt?	E2 Beitrag zum Gemeinwesen ■ Unterstützt das Unternehmen gemeinnützige Projekte?	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen ■ Kennt das Unternehmen seine Umweltauswirkungen (Emissionen, Abfälle, Ressourcenverbrauch)? ■ Werden diese reduziert?	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung ■ Werden alle Tätigkeiten faktenbasiert transparent gemacht? ■ Können aus der Gesellschaft betroffene Personen mitbestimmen?