

Erfolg neu messen



Wie können Unternehmen zum Gemeinwohl beitragen?

Zu welchen Fragen müsstet ihr Antworten haben, um zu bewerten, wie nachhaltig Unternehmen sind?

Aufgabe: überlegt euch relevante Themen und Fragestellungen!

Gemeinwohl-Unternehmen (Video)



Gemeinwohl-Matrix 5.1

WERTESÄULEN				
BERÜHRUNGSGRUPPEN	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND SOZIALE GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der gesamten Lieferkette	A2 Solidarität und soziale Gerechtigkeit in der gesamten Lieferkette	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der gesamten Lieferkette	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Lieferkette
B: EIGENTÜMER*INNEN, EIGENKAPITAL- UND FINANZPARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	B4 Eigentumsstruktur und Mitentscheidung
C: MITARBEITENDE UND ARBEITSPARTNER*INNEN	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz und im Arbeitsumfeld	C2 Gestaltung fairer und gerechter Arbeitsvereinbarungen	C3 Umweltfreundliches Verhalten der Mitarbeitenden	C4 Mitentscheidung und Transparenz innerhalb der Organisation
D: KUND*INNEN UND GESCHÄFTSPARTNER*INNEN	D1 Ethische Beziehungen mit Kund*innen	D2 Kooperation und Solidarität mit anderen Organisationen	D3 Umweltauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen während der Nutzung und am Ende ihrer Lebensdauer	D4 Kund*innen-mitwirkung und Produkttransparenz
E: GLOBALE GEMEINSCHAFT, NATUR UND LEBEWESEN	E1 Sinn von Produkten und Dienstleistungen sowie Auswirkungen auf Gesellschaft, Natur und Lebewesen	E2 Beitrag zum Gemeinwesen	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

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 <u>Mitentscheidung</u> 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 Gewinnausszahlung an <u>externe</u> 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 <u>gefördert</u> (<u>bio</u>, vegetarisch, regional)?	C4 Mitentscheidung + Transparenz in der Organisation ■ Werden Mitarbeitende <u>gut informiert</u> und können mitentscheiden? ■ Werden Führungskräfte demokratisch gewählt?
D: Kund*innen und Geschäftspartner*innen	D1 Ethische Beziehungen mit Kund*innen ■ Stehen Kundenwünsche und <u>Reklamationen</u> 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. langlebig, 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-, <u>Gefahrenstoffe</u> 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 <u>gesellschaftliche</u> Mitentscheidung ■ Werden alle Tätigkeiten <u>faktenbasiert</u> transparent gemacht? ■ Können aus der Gesellschaft <u>betroffene</u> Personen mitbestimmen?

Bewertungsstufen

Bewertungsstufen



Vorbildlich

Ein Verfahren zur Selbstbestimmung der Arbeitsmodelle wird entwickelt. Die Arbeitsmodelle werden bedarfsgerecht individuell angepasst und selbstbestimmt durch Mitarbeitende festgelegt.

Erfahren

An die individuelle Lebenssituation angepasste Arbeitsverhältnisse sind möglich und werden im Sinne der kulturellen Verankerung in der Organisation auch von zahlreichen Führungskräften in Anspruch genommen.

Fortgeschritten

Mitarbeitende besitzen die Möglichkeit, aus verschiedenen flexiblen Arbeitsmodellen auszuwählen.

Erste Schritte

Die verfügbaren Arbeitsmodelle werden regelmäßig analysiert und thematisiert.

Basislinie

Die gesetzlichen Vorgaben werden eingehalten. Teilzeit kann in Anspruch genommen werden.

Beispiel geprüfte Gemeinwohl-Bilanz

**TESTAT:
AUDIT**

VOLLBILANZ

Gemeinwohl-Bilanz
2016-2017

für: VAUDE Sport GmbH & Co. KG
Auditor*in: Manfred Kofranek und Gitta Walchner

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

Testat gültig bis: 31.03.2020

BILANZSUMME 631

Transparenz auf allen Produkten



GEMEINWOHL
ÖKONOMIE
Bilanzierendes Unternehmen

2012/MBC 4.0.1



787

www.bal.ecogood.org/123456

Kundenwunschzettel

Kund*innen - Wunschzettel

An: _____

Ich schätze Ihr Unternehmen mit seinen Leistungen und seiner Produktpalette vor allem für...

Doch da geht noch mehr! Als Kund*in möchte ich Sie dazu inspirieren, sich mit dem ganzheitlichen ethischen Wirtschaftsmodell der Gemeinwohl-Ökonomie zu beschäftigen und eine Gemeinwohl-Bilanz zu erstellen (Rückseite).

Damit können Sie ihren nachhaltigen Beitrag zum Gemeinwohl transparent und bewertbar machen und so ein Zeichen setzen für Kund*innen, Mitarbeitende und Geschäftspartner*innen. Zudem bekommen Sie im Austausch mit weiteren Gemeinwohl-Unternehmen neue Impulse für eine nachhaltige Ausrichtung.

Mehrere Tausend Unternehmen und Menschen unterstützen die Umsetzung bereits in mehr als 40 Ländern. Sind Sie auch bald dabei?

Mit freundlichen Grüßen, _____



Was denkt ihr ...?

Diskussionsfragen



- Wie findet ihr die Gemeinwohl-Matrix? Fehlen Themen? Gibt es unnötige Themen? Welche Themen findet ihr besonders wichtig?
- Welche Vor- und Nachteile seht ihr bei der Gemeinwohl-Bilanz?
- Was für Schwierigkeiten vermutet ihr bei der Punkte-Bewertung der Aktivitäten?
- Ist der Aufwand verhältnismäßig?
Wie gut lassen sich die Angaben der Unternehmen kontrollieren?