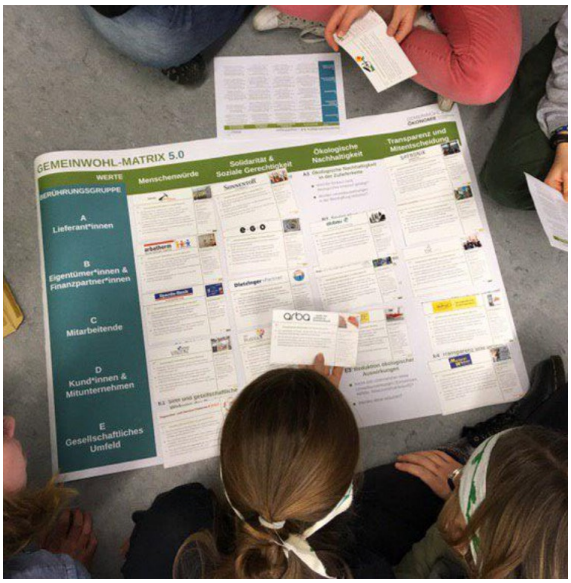
Gemeinwohl-Bilanz

Die Gemeinwohl-Bilanz anhand von Unternehmens-Beispielen kennenlernen



Quelle: Johannes Dolderer

■ Einzelmethode ■ **Modul** ■ Gesamtkonzept	
90 Minuten	
ab 12 Jahren, Ab 2 Teilnehmende (TN)	
M1-M4, alternativ zu M2b: Flipchart Plakate mit skizzierter Matrix darauf; Moderationskarten (MK), Stifte, Pinnwand, Präsentation, Beamer.	
Gruppentische mit Platz für Plakate.	
Methodische Komplexität	■■□□□
Inhaltliche Tiefe	■■■□□

KURZBESCHREIBUNG

Die TN überlegen sich Gemeinwohl-Kriterien für Unternehmen und clustern diese.

Anschließend wird die Gemeinwohl-Bilanz in Kürze vorgestellt. Indem die TN in Gruppen inspirierende Auszüge von Gemeinwohl-Berichten realer gemeinwohl-bilanzierter Unternehmen zuordnen, lernen sie die Gemeinwohl-Bilanz genauer kennen.

Durch die Anwendung der Bewertungsstufen und eine Priorisierung der Themen beschäftigen sie sich vertieft damit. Abschließend wird die Gemeinwohl-Matrix kontrovers diskutiert.

THEMEN

Zuordnung Curriculum: 29 Bilanzierung

Schlagworte: Bilanz, Nachhaltigkeitsberichte, Gemeinwohl-Bilanz, Marktversagen, Informationen, Transparenz, Siegel, Label, Kennzeichnung, Externalität, Internalisierung, Steuer, Zertifikat.

Querbezüge zu andere Themen im Curriculum:
02 Definition, 08 Gemeinwohl, 10 Externalitäten, 11 Informationen, 21 Unternehmen

VORWISSEN

Empfohlenes Vorwissen:

- Problematik von rein gewinn-orientierten Unternehmensentscheidungen und Finanzbilanzen.
- Grundverständnis von Unternehmen

Mögliche Einzel-Methoden oder Module vorab:

- 08 BIP und Gemeinwohl
- 10 Externalitäten Lösungsansätze
- 11 Licht im Dunkeln
- 11 Siegel unter der Lupe

VORBEREITUNG

- M1 drucken und schneiden (1 pro Gruppe)
- M2a drucken (1 pro TN)
- M2b als Plakate drucken oder alternativ Flipchart beschriften (1 pro Gruppe)
- M3 drucken (1 pro Gruppe)
- M4 (bzw. M4a) drucken (1 pro Gruppe)
- Tischgruppen bilden (2-6 TN pro Gruppe)

ABLAUF KOMPAKT

Dieser kompakte Ablauf dient der schnellen Orientierung, z.B. während des Workshops.
Auf der Folgeseite ist zusätzlich ein ausführlicher Ablauf, der sich für eine detaillierte Vorbereitung empfiehlt.

Zeit	Ablauf	Format	Materialien
5	**Einstieg: Schätzung zur Transparenz**	Plenum Positions-Barometer	/
10	**Indikatoren sammeln**	Gruppen (2-6 Pers.)	MK, Stifte, M5 Folie 1
5	**Zusammentragen und Clustern**	Plenum	Pinnwand, MK, Pinnnadeln / Klebeband
10	**Vorstellung Gemeinwohl-Matrix**	Plenum Input	Beamer, M5, Folie 2-8
20	**Puzzle Gemeinwohl-Bilanz Good-Practice-Beispiele**	Gruppen (2-6 Pers.)	M1, M2a, M2b bzw. Flipchart, M3
5	**Themen priorisieren**	Plenum	M3, Flipchart, Stifte / Klebepunkte
10	**Fragen klären**	Plenum	/
10	**Bewertungsschema anwenden**	Gruppen	M3, M4 (ggf. M4a→ C3, C4, E3)
10	**Fishbowl-Diskussion Vor- und Nachteile**	Plenum	/
5	**Abschluss/Puffer**		
90	**Summe der gesamten Zeit in Minuten**		

Ziele des Moduls: Teilnehmende können …

(■■■ wenig bis ■■■ voll erreichbare Detailkompetenz des Curriculums (Nr. übergeordnete Kompetenz))

- ■■■ 29.2) … Möglichkeiten und Herausforderungen nachhaltiger Unternehmensführung anhand von diversen Beispielen von nachhaltigen Unternehmen und Organisationen darstellen.
- ■■■ 29.2) … die Notwendigkeit, Möglichkeiten und Herausforderungen einer quantitativen Bilanzierung von Nachhaltigkeitsaspekten diskutieren und bewerten.
- ■■■ 29.2) … mehrere Instrumente zur Nachhaltigkeits-Bilanzierung nennen und nach Kriterien wie v.a. Vollständigkeit, Vergleichbarkeit, Bewertbarkeit, Überprüfung, Transparenz vergleichen.
- ■■■ 29.2) … erläutern, inwiefern unternehmerische Entscheidungen durch Instrumente der Nachhaltigkeits-Bilanzierung systematisch am Gemeinwohl ausgerichtet werden können.
- ■■■ 10.4) … steuerliche Anreize für Nachhaltigkeits-Bewertungssysteme (z.B. Gemeinwohl-Bilanz) als eine Möglichkeit der indirekten preislichen Internalisierung diskutieren.
- ■■■ 11.4) … diskutieren, inwiefern ganzheitliche Bilanzierungen (z.B. Gemeinwohl-Bilanz) zu vollständigen Informationen und gemeinwohl-orientierten Konsum- und Anlageentscheidungen beitragen.

ABLAUF AUSFÜHRLICH

Allgemeine Vorbemerkung: Der vorliegende Ablauf ist vor allem ein inhaltlicher roter Faden. Die methodische Ausgestaltung, inhaltlichen Schwerpunkte und Zeitangaben können bzw. sollten je nach Teilnehmenden, Moderation und Zeitrahmen variieren. Prinzipiell entspricht dies einer zeitlich ambitionierten, d.h. eher dichten Variante. In der Regel können bei längerem Zeitrahmen einzelne Abschnitte problemlos ausgedehnt werden.

Zeit	Ablauf	Format	Materialien
5	**Einstieg: Schätzung zur Transparenz** Die Moderation fordert die TN zu einer Einschätzung auf, wie viel Informationen sie von Unternehmen zum Thema Nachhaltigkeit bzw. Gemeinwohl-Orientierung. Je nach Einschätzung sollen sich die TN auf einer Linie im Raum positionieren (Skala zwischen „keine“ bis „alle Informationen“).	Plenum Positions-Barometer	/
10	**Indikatoren sammeln** Die Moderation teilt die Gesamtgruppe in Gruppen ein (2-6 Pers.). Diese Gruppen sammeln Themen bzw. Fragestellungen zu welchen sie gerne Informationen von Unternehmen hätten, um beurteilen zu können, wie gemeinwohl-orientiert sie sind.	Gruppen (2-6 Pers.)	MK, Stifte, M5 Folie 1
5	**Zusammentragen und Clustern** Die Gruppen sammeln ihre Karten an einer gemeinsamen Pinnwand und clustern diese nach Möglichkeit.	Plenum	Pinnwand, MK, Pinnnadeln / Klebeband
10	**Vorstellung Gemeinwohl-Matrix** Die Moderation leitet über: „*diese Gedanken haben sich viele Menschen und Unternehmen gemacht und Strukturen dazu entwickelt. Eines der Instrumente heißt Gemeinwohl-Bilanz. Und eine der Unternehmerinnen, die das befürworten, stelle ich euch hier vor*“ Die Moderation zeigt das Video von Antje von Dewitz. Anschließend erklärt die Moderation das Schema der Gemeinwohl-Matrix. Anschließend sollen die TN 1-2 Themen aus der Kombination von Werten und Berührungsgruppe finden, um sicherzustellen, dass alle das Schema verstanden haben.	Plenum Input	Beamer, M5, Folie 2-8
20	**Puzzle Gemeinwohl-Bilanz Good-Practice-Beispiele** Die TN werden wieder in Gruppen eingeteilt. Die Moderation sorgt dafür, dass alle Gruppen mit dem Material ausgestattet sind. In den Gruppen lesen sich die TN der Reihe nach die Karten durch (M1). Dann ordnen sie diese (gemeinsam) dem jeweils richtigen Thema der Matrix zu, indem sie die Karte auf das jeweilige Feld legen. Das erfordert in der Regel etwas Diskussionsbedarf. **Tipp**: Es ist wichtig klarzustellen, dass auf den Kärtchen jeweils nur ein kleiner Ausschnitt der Gemeinwohl-Berichte ist, wohinge-	Gruppen (2-6 Pers.)	M1, M2a, M2b bzw. als niederschwellige Alternative: Flipchart-Plakate, die mit der Matrix und Themen (A1-E4) beschriftet sind.

	gen die Firmen natürlich zu jedem Thema berichtet haben. Jede Gruppe entwickelt ihre eigene Strategie: manche lesen alles gemeinsam, manche teilen sich die Kärtchen auf. Dadurch variieren Tempo der Gruppe sowie die Anzahl der verarbeiteten Beispiele. Die Moderation kann hier natürlich Vorgaben machen.		M3
5	**Themen priorisieren** Alle TN dürfen insgesamt 10 Kreuze für die wichtigsten Themen in der Gemeinwohl-Matrix verteilen (auch kumulieren möglich). Zunächst überlegen sie für sich die wichtigsten Themen und verteilen dann auf einem gemeinsamen Plakat die Kreuze. Anschließend wird im Plenum kurz über die Themen mit größter und geringster Wichtigkeit gesprochen und nach Gründen gefragt.	Plenum	M3, Aufgabe 2 Flipchart / Tafel mit Schema der Gemeinwohl-Matrix und Stifte / Klebepunkte
10	**Fragen klären** Die Teilnehmenden dürfen Verständnisfragen zum Instrument und zum Prozess der Gemeinwohl-Bilanzierung stellen.	Plenum	/
10	**Bewertungsschema anwenden** Die TN suchen sich eine Beispiel-Karte aus (zum Beispiel: C3, C4, E3) und versuchen eine grobe Bewertung nach dem Bewertungsschema der Gemeinwohl-Bilanz (Arbeitsbuch) vorzunehmen. Dabei diskutieren Sie die Diskussionsfragen (M3 Aufgabe 4)	Gruppen	M3, Aufgabe 3-4 M4 (ggf. M4a→ C3, C4, E3)
10	**Fishbowl-Diskussion zu Vor- und Nachteilen** Es wird ein innerer Kreis mit 5 Stühlen gebildet sowie ein Stuhlkreis mit allen anderen Stühlen drum herum. Von den 5 Stühlen sind immer nur 4 besetzt und einer frei. Diskutiert wird nur in der Mitte zwischen den 4 Personen. Sobald eine Person von außen sich auf den freien (5.) Stuhl setzt, muss eine der bisherigen 4 Personen aufstehen und rausgehen. In diesem Format werden die Vor- und Nachteile der Gemeinwohl-Bilanz diskutiert. Wenn die Diskussion stockt oder wichtige Themen vergessen werden, kann die Moderation folgende Stichwörter auf einer Moderationskarte mit hineingeben: • Themen und Struktur (unnötige oder fehlende Themen?) • Kontrolle der Gemeinwohl-Bilanz (Aufwand, Betrug, …) • Bewertung (Qualitative Aktivitäten, Vergleichbarkeit, …) • Aufwand (Bürokratischer Aufwand vs. Mehrwert)	Plenum Fish-Bowl Diskussion (Innenkreis + Außenkreis)	/
5	**Abschluss/Puffer**		
	Optional: Als weiterführende Aufgabe, können die TN anschließend im Internet Gemeinwohl-Bilanzen recherchieren.		
90	**Summe der gesamten Zeit in Minuten**		

VARIANTEN

Bewertungsaufgabe rauslassen

Insbesondere bei jüngeren Gruppen kann die Anwendung des Bewertungsschemas ausgelassen werden und mehr Zeit für die sonstigen Fragen und Diskussionen gelassen werden.

Kundenwunschzettel

Die Moderation fragt die TN, von welchen Unternehmen sie gerne mal eine Gemeinwohl-Bilanz sehen würden. Sie können das in Gruppen oder im Plenum diskutieren oder auch notieren.

Anschließend stellt die Moderation die sogenannten Kundenwunschzettel vor und lädt die TN dazu ein, Unternehmen ihrer Wahl zu adressieren und sich mit der Gemeinwohl-Bilanz volle Transparenz zu wünschen.

ANSCHLUSSMODULE

29 Vergleich Nachhaltigkeitsbilanzen

Die TN vergleichen anhand der Gemeinwohl-Bilanz und des deutschen Nachhaltigkeitskodex verschiedene Standards der Nachhaltigkeitsbewertung von Unternehmen.

[Stand 03/2026 ist dieses Modul noch in der Ausarbeitung und somit noch nicht veröffentlicht]

29 Schüler-Schul-Bilanz

Die TN entwickeln Indikatoren für die eigene Schul-Bilanz.

Danach beantworten sie in Gruppen Fragebögen und Indikatoren und bewerten die Gemeinwohl-Orientierung ihrer Schule.

Zum Abschluss diskutieren sie Möglichkeiten und Grenzen der Schulbilanzierung und setzen sich mit Handlungsoptionen auseinander.

[Stand 03/2026 ist dieses Modul noch in der Ausarbeitung und somit noch nicht veröffentlicht]

Alle Bildungsmaterialien zur Gemeinwohl-Ökonomie findest du unter: germany.econgood.org/bildung
Dort findest du eine ausführliche Sachanalyse. Das ist eine Einführung in die thematischen Hintergründe.

Wir freuen uns sehr über Ihre Fragen, Erfahrungen und Anregungen: bildung@econgood.org

Hinweis zu den Nutzungsrechten und den Creative Commons (CC):

Nutzungsrechte:

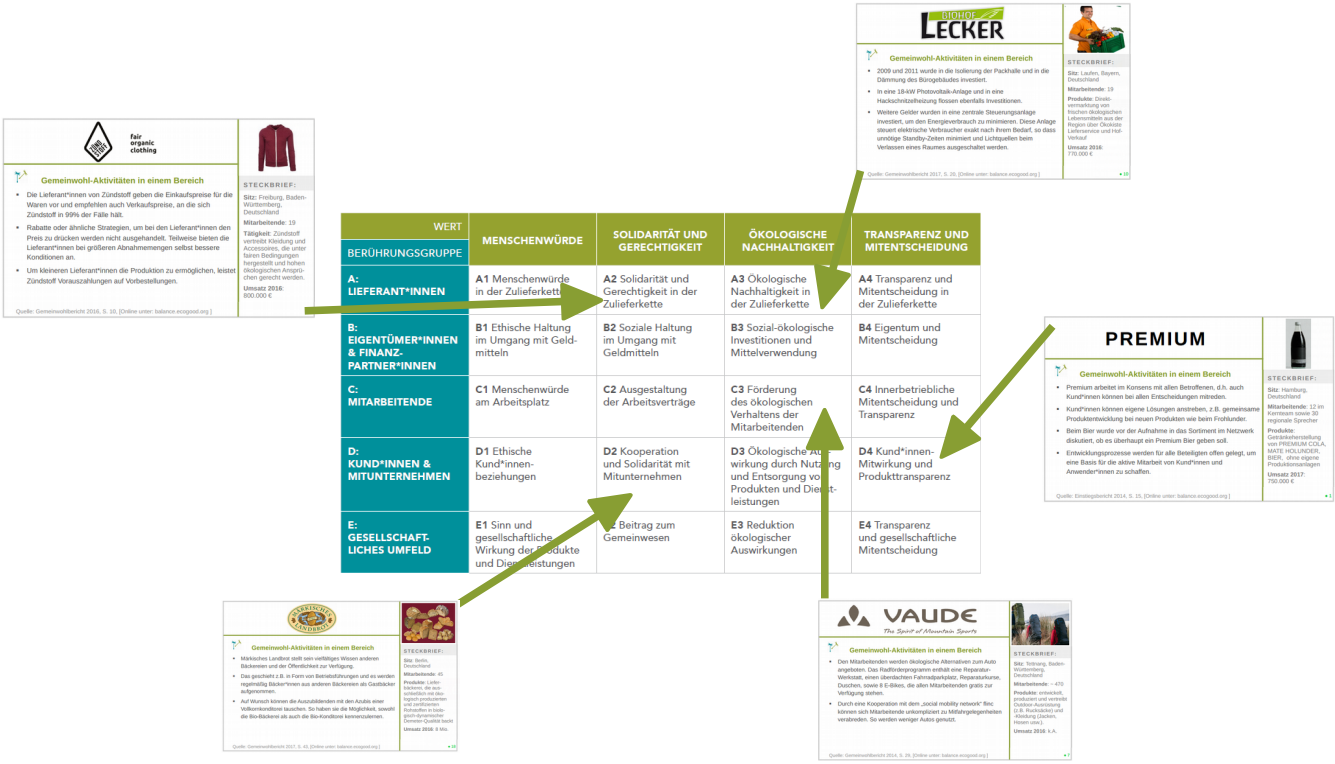
Dieses Bildungsmodul steht unter einer „Creative Commons BY-SA 4.0. International Lizenz“: https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/ Das heißt, Sie dürfen das Material unter folgenden Bedingungen vervielfältigen, verbreiten, remixen, verändern und darauf aufbauen: Namensnennung der*des Urheber*in, Angabe von Änderungen, Weitergabe unter gleichen Lizenz-Bedingungen.

Version: V02 | Stand: 03/2026 | Online unter: www.germany.econgood.org/bildung
Herausgebende: AK Bildung der Gemeinwohl-Ökonomie
Rechtlicher Träger: Gemeinwohl-Ökonomie Deutschland e.V. (gemeinnützig)
Infos: germany.econgood.org | **Kontakt:** bildung@econgood.org

Unterstützung: Wir freuen uns, wenn Sie unsere Arbeit mit einer Spende unterstützen!
Spendenkonto: Gemeinwohl-Ökonomie Deutschland e.V. (gemeinnützig) | Verwendungszweck: AK Bildung
IBAN: DE 7243 0609 6713 1853 7400 | BIC: GENODEM1GLS | Bank: GLS Gemeinschaftsbank e.G.

Good-Practice-Beispiele | Karten

Hier finden Sie die Good-Practice-Beispiele zu jeweils einem Thema / Bereich der Gemeinwohl-Matrix auf einzelnen Karten zum Ausschneiden. Die Karten sind schüler*innengerecht formulierte Auszüge aus den Gemeinwohl-Berichten. Das heißt im Vergleich zu den Original-Gemeinwohl-Berichten wurden teilweise Umformulierungen, Kürzungen und erläuternde Ergänzungen vorgenommen.



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

Nutzungshinweise:

Wie alle anderen Bildungsmaterialien zur Gemeinwohl-Ökonomie dürfen Sie die Good-Practice-Karten in dieser Form auch gerne verwenden, vervielfältigen und weitergeben. Eine Bearbeitung und Verbreitung veränderter Versionen ist allerdings im Gegensatz zu den anderen Bildungsmaterialien nicht gestattet.

Bitte beachten Sie vor allem: die für dieses Material gewährten Rechte für die abgebildeten Firmenlogos und Bilder bleiben den jeweiligen Unternehmen, bzw. den persönlich angegebenen Urheber*innen vorbehalten!

Die detaillierten Nutzungsrechte und Herausgeber-Angaben finden Sie untenstehend:

Nutzungsrechte: Dieses Produkt steht unter einer „*Creative Commons BY-NC-ND 4.0. International Lizenz*“: https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/ Das heißt, Sie dürfen das Material unter folgenden Bedingungen vervielfältigen und verbreiten, aber nicht verändern: Namensnennung des Herausgebers, keine kommerzielle Nutzung.

Hinweis zu Marken- und Bildrechten: Die Rechte für die abgebildeten Firmenlogos und Bilder bleiben den jeweiligen Unternehmen vorbehalten

Version: 1.1.| Stand: 05/2018 | **Online unter**: bildung.ecogood.org
Herausgeber: AK Bildung der Gemeinwohl-Ökonomie
Rechtlicher Träger: Internationaler Verein zur Förderung der Gemeinwohl-Ökonomie e.V. (gemeinnützig)
Infos: www.ecogood.org | **Kontakt**: bildung@ecogood.org

Unterstützung: Wir freuen uns, wenn Sie unsere Arbeit mit einer Spende unterstützen!
Spendenkonto: Internationaler Verein zur Förderung der Gemeinwohl-Ökonomie e.V. | Stichwort: Bildung
IBAN: DE50 4306 0967 2062 4339 00 | BIC: GENODEM1GLS | Bank: GLS Gemeinschaftsbank eG

Anmerkungen zu den Karten:

Rechts unten auf den Karten finden Sie immer eine farbige Nummer mit einer geometrischen Form.

Set 1 – grüne Nummer mit Punkt ●

Die Farbe und geometrische Form hilft das Set von anderen Good-Practice-Sets zu unterscheiden, wenn Sie verschiedenen Kleingruppe unterschiedliche Sets geben möchten.

Mit der farbigen Nummer rechts unten können Sie in der untenstehenden Tabelle die Good-Practice-Beispiele den richtigen Themen zuordnen, und dadurch als Moderation den Teilnehmenden beim Einordnen helfen.

Außerdem finden Sie darunter auf jedem Kärtchen, sowie in der untenstehenden Tabelle auch noch die Schwierigkeitsstufe des Beispieles: 1, 2 oder 3. Diese sind unten genauer erläutert.

Nummer Karte	Thema Matrix	Unternehmen Beispiel	Stufe * 1–2–3
1	D4	Premium	3
2	B4	leben&wohnen	3
3	D1	taz	3
4	A2	Zündstoff	2
5	C2	International Graduate Center Hochschule Bremen	1
6	C4	Freie Waldorfschule Rieselfeld	1
7	C3	Vaude	1
8	A4	Bodan	3
9	D3	elobau	2
10	B3	Lecker	2
11	B2	Ulenspiegel	3
12	E2	Sparda Bank München	1
13	A1	Göttin des Glücks	1
14	E3	Sonnentor	1
15	C1	Kirchner Konstruktion	1
16	E4	Greenpeace	2
17	A3	Zallis Naturkost Cafe	1
18	D2	Märkisches Landbrot	2
19	B1	Mediengenossen	1
20	E1	dwp fairhandelsgenossenschaft	2

***** Die Stufen 1-3 dienen als Orientierung, um ggf. die Anzahl und Auswahl der Beispiele an das Verständnis-Niveau der TN sowie den Zeitrahmen anzupassen bzw. gegebenenfalls zwischen den Gruppen angemessen zu differenzieren.

- **1 =** eher greifbare Themen und leicht verständliche Beispiele → **immer empfohlen**
- **2 =** teilweise abstraktere Themen und Begriffe → **vorher prüfen, nicht unbedingt einsetzen.**
- **3 =** relativ abstrakte Themen und Begriffe → **eher nur bei besonders versierten TN einsetzen, auf jeden Fall vorher prüfen und ggf. Hilfestellung einplanen.**

CC BY NC ND

GÖTTIN DES GLÜCKS

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Das Unternehmen Göttin des Glücks hält die höchst möglichen Standards für menschenwürdige Arbeitsbedingungen in der gesamten Produktions- und zulieferkette der Modewelt ein.
- Das Gütesiegel GOTS (Global Organic Textile Standard) und FAIRTRADE stehen für faire Arbeitsnormen entlang der gesamten Zulieferkette.
- Z.B. für schriftliche Arbeitsverträge, Recht auf freie Meinungsäußerung, Gleichberechtigung, gleiche Bezahlung für gleiche Arbeit, Versammlungsfreiheit und Gewerkschaftsbildung.
- Verboten sind Kinderarbeit, Diskriminierung und Zwangsarbeit.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2015, S. 3, [Online unter: balance.ecogood.org]



STECKBRIEF:

Sitz: Wien, Österreich

Mitarbeitende: 22

Tätigkeit: Produziert und handelt Kleidung aus fairtrade zertifizierter Biobaumwolle. Die gesamte Produktionskette entspricht den Kriterien des fairen Handels.

Umsatz 2014: 1,26 Mio. €

Set 1 ● Karte 13
Stufe 1

ZÜNDSTOFF

fair organic clothing

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Die Lieferant*innen von Zündstoff geben die Einkaufspreise für die Waren vor und empfehlen auch Verkaufspreise, an die sich Zündstoff in 99% der Fälle hält.
- Rabatte oder ähnliche Strategien, um bei den Lieferant*innen den Preis zu drücken werden nicht ausgehandelt. Teilweise bieten die Lieferant*innen bei größeren Abnahmemengen selbst bessere Konditionen an.
- Um kleineren Lieferant*innen die Produktion zu ermöglichen, leistet Zündstoff Vorauszahlungen auf Vorbestellungen.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2016, S. 10, [Online unter: balance.ecogood.org]



STECKBRIEF:

Sitz: Freiburg, Baden-Württemberg, Deutschland

Mitarbeitende: 19

Tätigkeit: Zündstoff vertreibt Kleidung und Accessoires, die unter fairen Bedingungen hergestellt und hohen ökologischen Ansprüchen gerecht werden.

Umsatz 2016: 800.000 €

Set 1 ● Karte 4
Stufe 2

CC BY NC ND

Zallis Naturkost CAFE

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Bei der Auswahl der Zuliefernden und deren Bio-Produkte wird auf ökologisch höchste Standards geachtet, z.B. beim Einkauf auf Saisonalität und Regionalität (kurze Transportwege).
- Unser Lieferant „Chiemgauer Naturkost“ beliefert nach Möglichkeit mit Produkten von ökologischen Demeter-Betrieben. Demeter steht für Artenvielfalt, den Verzicht auf Gentechnik und kommt ohne chemisch-synthetische Düngemittel und giftige Pestizide aus.
- Bei den Verpackungen wird Plastik vermieden und über die gesamte Lieferkette möglichst nur 1 Verpackung verwendet.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2017, S. 24, 25 [Online unter: balance.ecogood.org]



STECKBRIEF:

Sitz: Ainring, Bayern, Deutschland

Mitarbeitende: 3

Tätigkeit: Gastronomie mit frischen, gesunden, vegetarischen oder veganen Speisen sowie Bioladen mit Obst, Gemüse, Wein, Kosmetik, Putz- und Waschmitteln und Waldviertler Schuhen.

Umsatz: 182.000 €

Set 1 ● Karte 17
Stufe 1

BODAN
Großhandel für Naturkost GmbH

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- In der Region gibt es einen intensiven Austausch mit Partner*innen und Lieferant*innen.
- Über verschiedene Gremien (z.B. Beiräte) werden unter anderem Lieferant*innen in Informationsflüsse und Entscheidungsprozesse eingebunden.
- Es gibt z.B. eine gemeinsame Anbauplanung mit den Lieferant*innen, die möglichst die Nachfrage widerspiegelt: „Wann wird wie viel von welchem Gemüse angebaut?“
- Bodan engagiert sich dafür, dass die gute Zusammenarbeit mit den Lieferant*innen erkennbar und verständlich kommuniziert wird.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2015, S. 13, [Online unter: balance.ecogood.org]



STECKBRIEF:

Sitz: Überlingen am Bodensee, Baden-Württemberg, Deutschland

Mitarbeitende: ~ 200

Tätigkeit: Naturkost Großhändler mit Bio-Vollsortiment von über 12.000 Artikeln und Umwelt-Pionier im Bereich Logistik.

Umsatz 2014:
61 Mio. €

Set 1 ● Karte 8
Stufe 3

CC BY NC ND

Mediengenossen

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Die Satzung schreibt nachhaltiges Wirtschaften vor. Alle Geschäfte laufen deshalb über die GLS-Bank, die auf ethisch nachhaltige Finanzdienstleitungen spezialisiert ist.
- Das heißt, die GLS-Bank investiert das Geld nur in sozial und ökologisch sinnvolle Projekte.
- Die Mediengenossen sind bewusst schuldenfrei und es steckt kein Fremdkapital (=geliehenes Geld) in der Genossenschaft.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2014, S. 5, [Online unter: balance.ecogood.org]



STECKBRIEF:

Sitz: Freiburg, Baden-Württemberg, Deutschland

Mitarbeitende: 5

Tätigkeit: Herstellung von Medien in digitaler und gedruckter Form

Umsatz 2013: 200.000 €

Set 1 ● Karte 19
Stufe 1

Ulenspiegel Druck

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Das gesamte bisher gebildete Vermögen steckt im laufenden Geschäft und wird für die Sicherung der Zukunft des Unternehmens ausgegeben.
- Es soll mit möglichst wenig Fremdkapital gewirtschaftet werden, denn private und Bank-Kredite belasten das Unternehmen mit überdurchschnittlichen Zinsen.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2016, S. 6, [Online unter: balance.ecogood.org]



© Tobias Hase / Ulenspiegel Druck

STECKBRIEF:

Sitz: Andechs, Bayern, Deutschland

Mitarbeitende: 10

Tätigkeit: Nach modernsten Umwelt-standards werden vor allem Zeitschriften, Broschüren und Paper-backs gedruckt. Im fairen Umgang mit-einander, ohne Profit-streben.

Umsatz: k.A.

Set 1 ● Karte 11
Stufe 3

CC BY NC ND

BIOHOF LECKER

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- 2009 und 2011 wurde in die Isolierung der Packhalle und in die Dämmung des Bürogebäudes investiert.
- In eine 18-kW Photovoltaik-Anlage und in eine Hackschnitzelheizung flossen ebenfalls Investitionen.
- Weitere Gelder wurden in eine zentrale Steuerungsanlage investiert, um den Energieverbrauch zu minimieren. Diese Anlage steuert elektrische Verbraucher exakt nach ihrem Bedarf, so dass unnötige Standby-Zeiten minimiert und Lichtquellen beim Verlassen eines Raumes ausgeschaltet werden.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2017, S. 20, [Online unter: balance.ecogood.org]



STECKBRIEF:

Sitz: Laufen, Bayern, Deutschland

Mitarbeitende: 19

Tätigkeit: Direkt-vermarktung von frischen ökologischen Lebensmitteln aus der Region über Ökokiste Lieferservice und Hof-Verkauf

Umsatz 2016: 770.000 €

Set 1 ● Karte 10
Stufe 2

leben&wohnen

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Als Eigenbetrieb der Landeshauptstadt Stuttgart ist ELW das Eigentum der Kommune und damit Eigentum der Bürger*innen der Stadt.
- Das Eigenkapital ist zu 100 % in den Händen der Stadt. Der Eigenbetrieb leben&wohnen dient der Förderung des öffentlichen Sozialwesens und verfolgt ausschließlich gemeinnützige Zwecke.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2017, S. 30, [Online unter: balance.ecogood.org]



STECKBRIEF:

Sitz: Stuttgart, Baden-Württemberg, Deutschland

Mitarbeitende: ~ 990

Tätigkeit: Bietet Alten- und Wohnungsnotfall-hilfe für Senior*innen und Pflegebedürftige. Insgesamt 883 Plätze in 11 Einrichtungen

Umsatz 2016: 43,7 Mio. €

Set 1 ● Karte 2
Stufe 3

CC BY NC ND

KUKA Kirchner

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Die Kommunikations- und Entscheidungswege sind kurz, es gibt nur drei Hierarchie-Stufen (Sachbearbeitung, Teamleitung, Geschäftsführung). Alle Mitarbeitenden sprechen sich mit Vornamen an.
- Arbeitsplätze werden individuell ergonomisch ausgestaltet, z.B. mit Steharbeitstischen bei Rückenproblemen.
- Ein Massage-Angebot für die Mitarbeitenden soll einerseits zum Wohlbefinden beitragen und andererseits ein Ausgleich zu den Tätigkeiten im Sitzen sein.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2016, S. 13, [Online unter: balance.ecogood.org]



STECKBRIEF:

Sitz: Weingarten, Baden-Württemberg, Deutschland

Mitarbeitende: ~ 170

Tätigkeit: Planung, Programmierung, Automatisierung z.B. Bau von Roboteranlagen (vollautomatisierte Produktionsanlagen) für die Autoindustrie

Umsatz 2015: 15,9 Mio. €

Set 1 ● Karte 15
Stufe 1

IGC
International Graduate Center
Hochschule Bremen, Germany
City University of Applied Sciences

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Das International Graduate Center der Hochschule Bremen berücksichtigt durch unterschiedliche Arbeitszeitmodelle die privaten Bedürfnisse der Mitarbeitenden.
- Absprachen für flexible Arbeitszeiten werden abgestimmt und gemeinsam beschlossen, um z.B. die Vereinbarkeit von Familie und Beruf, eine Nebentätigkeit als Trainer*in oder Musiker*in sowie die Pflege kranker Familienangehöriger zu ermöglichen.
- Das höchste Gehalt liegt bei dem ca. 2,5 Fachen des niedrigsten Gehaltes, was einer überdurchschnittlich gerechten Gehaltsverteilung entspricht.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2015, S. 10, 11, [Online unter: balance.ecogood.org]



STECKBRIEF:

Sitz: Bremen, Deutschland

Mitarbeitende: 25

Tätigkeit: Studiengänge z. B. für Kultur-, Tourismus- und Businessmanagement für ca. 300 Studierende

Umsatz: k.A.

Set 1 ● Karte 5
Stufe 1

CC BY NC ND

VAUDE

The Spirit of Mountain Sports

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Den Mitarbeitenden werden ökologische Alternativen zum Auto angeboten. Das Radförderprogramm enthält eine Reparatur-Werkstatt, einen überdachten Fahrradparkplatz, Reparaturkurse, Duschen, sowie 8 E-Bikes, die allen Mitarbeitenden gratis zur Verfügung stehen.
- Durch eine Kooperation mit dem „social mobility network“ flinc können sich Mitarbeitende unkompliziert zu Mitfahrgelegenheiten verabreden. So werden weniger Autos genutzt.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2014, S. 29, [Online unter: balance.ecogood.org]



STECKBRIEF:

Sitz: Tettnang, Baden-Württemberg, Deutschland

Mitarbeitende: ~ 470

Tätigkeit: entwickelt, produziert und vertreibt Outdoor-Ausrüstung (z.B. Rucksäcke) und -Kleidung (Jacken, Hosen usw.).

Umsatz 2016: k.A.

Set 1 ● Karte 7
Stufe 1

Freie Waldorfschule Freiburg-Rieselfeld

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Die 10 Mitglieder der Schulführung werden von den Mitarbeitenden demokratisch gewählt. Alle anderen Belange werden kollegial geregelt, das heißt von den Betroffenen gemeinsam entschieden.
- In der selbstverwalteten Schule können alle Mitarbeitenden in alle Ämter der Selbstverwaltung gewählt werden.
- Alle Mitarbeitenden können in alle Prozesse der Schule Einblick gewinnen und diese mitgestalten.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2016, S. 6, [Online unter: balance.ecogood.org]



STECKBRIEF:

Sitz: Freiburg, Baden-Württemberg, Deutschland

Mitarbeitende: 67

Tätigkeit: Ganztagsschulangebot mit allen staatlichen Schulabschlüsse für ca. 420 Schüler*innen

Umsatz 2015: 2,9 Mio. €

Set 1 ● Karte 6
Stufe 1

CC BY NC ND

taz die tageszeitung

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Die taz setzt auf einen fairen und unkomplizierten Kund*innen-Service. Zufriedenheit ist wichtiger als AGB-Paragrafen.
- Bestellungen und Beschwerden werden von den eigenen Mitarbeiter*innen entgegengenommen. Die Auslagerung von Service-Dienstleistungen an ein externes Callcenter kommt nicht in Frage.
- Geringverdienende Menschen können die gedruckte Ausgabe zum ermäßigten Preis bestellen.
- Finanzschwache, aber förderwürdige Nichtregierungsorganisationen (NGOs), können Zeitungs-Beilagen zum Selbstkostenpreis drucken.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2015, S. 29, 32, [Online unter: balance.ecogood.org]



© Wibke Reckzeh

STECKBRIEF:

Sitz: Berlin, Deutschl.

Mitarbeitende: ~ 250

Tätigkeit: Der selbstverwalte Betrieb gehört 17.800 Genossenschaftsmitgliedern. Die Entscheidungen für die Produktion von Tageszeitung, ePaper, taz.de treffen die Mitarbeitenden

Auflage: ~ 51.000
ePaper: ~ 11.000

Set 1 ● Karte 3
Stufe 3

MÄRKISCHES LANDBROT

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Märkisches Landbrot stellt sein vielfältiges Wissen anderen Bäckereien und der Öffentlichkeit zur Verfügung.
- Das geschieht z.B. in Form von Betriebsführungen und es werden regelmäßig Bäcker*innen aus anderen Bäckereien als Gastbäcker aufgenommen.
- Auf Wunsch können die Auszubildenden mit den Azubis einer Vollkornkonditorei tauschen. So haben sie die Möglichkeit, sowohl die Bio-Bäckerei als auch die Bio-Konditorei kennenzulernen.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2017, S. 43, [Online unter: balance.ecogood.org]



STECKBRIEF:

Sitz: Berlin, Deutschland

Mitarbeitende: 60

Tätigkeit: Lieferbäckerei, die ausschließlich mit ökologisch produzierten und zertifizierten Rohstoffen in biologisch-dynamischer Demeter-Qualität backt

Umsatz 2017:
8,5 Mio. €

Set 1 ● Karte 18
Stufe 2

CC BY NC ND

elobau sensor technology

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Alle Produkte des Unternehmens werden klimaneutral gefertigt.
- Durch folgende Maßnahmen sind unsere Produkte möglichst ressourcenschonend:
  - modulare Bauweise und Verschraubung der Produkte statt Verkleben, d.h.Teile werden so entwickelt, dass sie austauschbar sind, ohne das ganze Produkt ersetzen zu müssen.
  - standardisierte Einzelteile, die weniger Energie und Ressourcen verbrauchen.
- Seit 2017 gibt es ein komplettes Bediensystem (das kann z. B. ein Joystick sein) bestehend aus biobasierten Wertstoffen.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2016, S. 54, [Online unter: balance.ecogood.org]



STECKBRIEF:

Sitz: Leutkirch, Baden-Württemberg, Deutschland

Mitarbeitende: ~ 638 (weltweit)

Tätigkeit: international führender Anbieter von Sensoren für Maschinensicherheit und Füllstandsmessung

Umsatz 2016: 81 Mio. €

Set 1 ● Karte 9
Stufe 2

PREMIUM

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Premium arbeitet im Konsens mit allen Betroffenen, d.h. auch Kund*innen können bei allen Entscheidungen mitreden.
- Kund*innen können eigene Lösungen anstreben, z.B. gemeinsame Produktentwicklung bei neuen Produkten wie beim Frohlunder.
- Beim Bier wurde vor der Aufnahme in das Sortiment im Netzwerk diskutiert, ob es überhaupt ein Premium Bier geben soll.
- Entwicklungsprozesse werden für alle Beteiligten offen gelegt, um eine Basis für die aktive Mitarbeit von Kund*innen und Anwender*innen zu schaffen.

Quelle: Einstiegsbericht 2014, S. 15, [Online unter: balance.ecogood.org]



STECKBRIEF:

Sitz: Hamburg, Deutschland

Mitarbeitende: 12 im Kernteam sowie 30 regionale Sprecher

Tätigkeit: Getränkeherstellung von PREMIUM COLA, MATE HOLUNDER, BIER, ohne eigene Produktionsanlagen

Umsatz 2017: 750.000 €

Set 1 ● Karte 1
Stufe 3

CC BY NC ND

die WeltPartner
dwp Fairhandelsgenossenschaft



Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Fairer Handel ist ein wirksames Mittel um gesamtgesellschaftlich Armut zu bekämpfen. Von Fairen Handel der dwp Fairhandels-genossenschaft profitieren rund 50.000 Kleinbauernfamilien.
- Mit ihren Produkten und Produktverpackungen weist die Fairhandelsgenossenschaft auf die ungerechten Welthandelsstrukturen hin.
- Es werden Wege aufgezeigt, wie jede*r einzelne über bewusste Kaufentscheidung auf einfache Art die Lebensbedingungen von Produzent*innen auf der Südhalbkugel verbessern kann.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2013, S. 4, [Online unter: balance.ecogood.org]

STECKBRIEF:

Sitz: Ravensburg, Baden-Württemberg, Deutschland

Mitarbeitende: 52

Tätigkeit: Lebens-mittelprodukte, bevor-zugt aus Bioanbau, aber immer fair, z.B. Kaffee, Tee, Mangos und Gewürze sowie Kunsthandwerkartikel

Umsatz 2017: ca. 11 Mio. €

Set 1 ● Karte 20
Stufe 2

Sparda-Bank
www.sparda-m.de



Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Die Sparda-Bank München möchte vor allem die Gesellschaft und die Umwelt in der Region Oberbayern fördern.
- Gemeinnützige Einrichtungen und Projekte in Oberbayern werden unterstützt (Im Jahr 2014 insgesamt 2,7 Mio €):
- Verein LichtBlick Seniorenhilfe e.V.: Immer mehr Rentner*innen sind von Altersarmut betroffen und der Verein Lichtblick Seniorenhilfe e.V. unterstützt notleidende Senior*innen.
- Schüler-Initiative Plant-for-the-Planet: sie führt Klimaakademien für Schüler*innen im Alter von acht bis 14 Jahren durch.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2015, S. 81, [Online unter: balance.ecogood.org]

STECKBRIEF:

Sitz: München, Bayern, Deutschland

Mitarbeitende: ~ 740

Tätigkeit: Direktbank mit Filialen und allen Bankdienstleistungen

Bilanzsumme 2017: 7,6 Mrd. €

Set 1 ● Karte 12
Stufe 1

CC BY NC ND

SONNENTOR®

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Sonnentor erstellt eine CO_2-Bilanz.
- Die Betriebsgebäude werden zu 100% mit Hackschnitzeln aus der Region beheizt und sind damit CO_2-neutral. So wurden die Auswirkungen auf die Umwelt deutlich reduziert.
- Die Kräuter und Gewürze werden auf rund 1500 Hektar Land biologisch angebaut. Dies erspart der Umwelt jedes Jahr rund 500 Tonnen Kunstdünger und 12 Tonnen chemische Spritzmittel.
- 49.000 Kg Papier werden jährlich recycelt. Alte Kartons werden geschreddert und als Füllmaterial verwendet.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2017, S. 14,15 [Online unter: balance.ecogood.org]



© Sonnentor

STECKBRIEF:

Sitz: Sprögnitz, Österreich

Mitarbeitende: 320

Tätigkeit: Tee, Kräuter und Gewürze aus biologischem Anbau

Umsatz 2016: 40,2 Mio. €

Set 1 ● Karte 14
Stufe 1

GREENPEACE

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Greenpeace ist Unterzeichner der „Initiative Transparente Zivilgesellschaft“
- Damit verpflichtet sich Greenpeace, für alle transparent zu machen, was die Organisation tut, woher die Mittel stammen, wie sie verwendet werden und wer die Entscheidungsträger*innen sind.
- Seit 2017 gibt es außerdem einen Gemeinwohl-Bericht, der noch mehr Einblicke in die Tätigkeiten von Greenpeace gibt.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2017, S. 30, [Online unter: balance.ecogood.org]



© John Cunningham / Greenpeace

STECKBRIEF:

Sitz: Hamburg, Deutschland

Mitarbeitende: 250

Tätigkeit: Kämpft als internationale Umwelt-organisation mit gewaltfreien Aktionen und Kamagnen für den Schutz der Lebens-grundlagen.

Einnahmen 2015: 57 Mio. €

Set 1 ● Karte 16
Stufe 2

CC BY NC ND

Good-Practice-Beispiele | Karten

Hier finden Sie die Good-Practice-Beispiele zu jeweils einem Thema / Bereich der Gemeinwohl-Matrix auf einzelnen Karten zum Ausschneiden. Die Karten sind schüler*innengerecht formulierte Auszüge aus den Gemeinwohl-Berichten. Das heißt im Vergleich zu den Original-Gemeinwohl-Berichten wurden teilweise Umformulierungen, Kürzungen und erläuternde Ergänzungen vorgenommen.





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





Nutzungshinweise:

Wie alle anderen Bildungsmaterialien zur Gemeinwohl-Ökonomie dürfen Sie die Good-Practice-Karten in dieser Form auch gerne verwenden, vervielfältigen und weitergeben. Eine Bearbeitung und Verbreitung veränderter Versionen ist allerdings im Gegensatz zu den anderen Bildungsmaterialien nicht gestattet.

Bitte beachten Sie vor allem: die für dieses Material gewährten Rechte für die abgebildeten Firmenlogos und Bilder bleiben den jeweiligen Unternehmen, bzw. den persönlich angegebenen Urheber*innen vorbehalten!

Die detaillierten Nutzungsrechte und Herausgeber-Angaben finden Sie untenstehend:

Nutzungsrechte: Dieses Produkt steht unter einer „*Creative Commons BY-NC-ND 4.0. International Lizenz*“: https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/ Das heißt, Sie dürfen das Material unter folgenden Bedingungen vervielfältigen und verbreiten, aber nicht verändern: Namensnennung des Herausgebers, keine kommerzielle Nutzung.

Hinweis zu Marken- und Bildrechten: Die Rechte für die abgebildeten Firmenlogos und Bilder bleiben den jeweiligen Unternehmen vorbehalten

Version: 1.0.| Stand: 05/2019 | **Online unter**: bildung.ecogood.org
Herausgeber: AK Bildung der Gemeinwohl-Ökonomie
Rechtlicher Träger: Internationaler Verein zur Förderung der Gemeinwohl-Ökonomie e.V. (gemeinnützig)
Infos: www.ecogood.org | **Kontakt**: bildung@ecogood.org

Unterstützung: Wir freuen uns, wenn Sie unsere Arbeit mit einer Spende unterstützen!
Spendenkonto: Internationaler Verein zur Förderung der Gemeinwohl-Ökonomie e.V. | Stichwort: Bildung
IBAN: DE50 4306 0967 2062 4339 00 | BIC: GENODEM1GLS | Bank: GLS Gemeinschaftsbank eG

Die Erstellung des vorliegenden Set 2 wurde gefördert aus Mitteln des Landes Baden-Württemberg über die Stiftung Entwicklungs-Zusammenarbeit Baden-Württemberg (SEZ) im Rahmen des Projektes „Gemeinwohl-Ökonomie – ein Wirtschaftssystem für eine nachhaltige Entwicklung“.
Projektträger: Gemeinwohl-Ökonomie Baden-Württemberg e.V.

Baden-Württemberg STAATSMINISTERIUM
sez Stiftung Entwicklungs-Zusammenarbeit Baden-Württemberg

Anmerkungen zu den Karten:

Rechts unten auf den Karten finden Sie immer eine farbige Nummer mit einer geometrischen Form.

Set 2 – rote Nummer mit Dreieck ▲

Die Farbe und geometrische Form hilft das Set von anderen Good-Practice-Sets zu unterscheiden, wenn Sie verschiedenen Kleingruppe unterschiedliche Sets geben möchten.

Mit der farbigen Nummer rechts unten können Sie in der untenstehenden Tabelle die Good-Practice-Beispiele den richtigen Themen zuordnen, und dadurch als Moderation den Teilnehmenden beim Einordnen helfen.

Außerdem finden Sie darunter auf jedem Kärtchen, sowie in der untenstehenden Tabelle auch noch die Schwierigkeitsstufe des Beispieles: 1, 2 oder 3. Diese sind unten genauer erläutert.

Nummer Karte	Thema Matrix	Unternehmen Beispiel	Stufe * 1–2–3
1	D4	Ökofrost	1
2	B4	Gruber+Haumer	3
3	D1	Vinzenz	2
4	A2	Sonnentor	2
5	C2	Dietzinger	1
6	C4	b.it	1
7	C3	Engel und Brotzge	1
8	A4	Sotronik	3
9	D3	LEBARTE	2
10	B3	elobau	2
11	B2	Ego Elektro	3
12	E2	Freie Waldorfschule Wetterau	2
13	A1	Stierlin Holz am Bau	1
14	E3	Taifun Tofu GmbH	1
15	C1	Sparda-Bank München	1
16	E4	Malerei Wülser	3
17	A3	Arba Bioplan	2
18	D2	BKK Provita	2
19	B1	arbatherm	3
20	E1	Reparatur und Service-Zentrum (R.u.S.z.)	3

***** Die Stufen 1-3 dienen als Orientierung, um ggf. die Anzahl und Auswahl der Beispiele an das Verständnis-Niveau der TN sowie den Zeitrahmen anzupassen bzw. gegebenenfalls zwischen den Gruppen angemessen zu differenzieren.

- **1 =** eher greifbare Themen und leicht verständliche Beispiele → **immer empfohlen**
- **2 =** teilweise abstraktere Themen und Begriffe → **vorher prüfen, nicht unbedingt einsetzen.**
- **3 =** relativ abstrakte Themen und Begriffe → **eher nur bei besonders versierten TN einsetzen, auf jeden Fall vorher prüfen und ggf. Hilfestellung einplanen.**

CC BY NC ND

Stierlin

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Die Lieferant*innen haben für die meisten Produkte Zertifizierungen. Es wird überwiegend Holz aus der Schweiz verarbeitet, dies gewährleistet mit hoher Zuverlässigkeit menschenwürdige und faire Arbeitsbedingungen.
- Die zwei Hauptlieferanten sind Familienbetriebe mit sozialem Engagement für die Belegschaft. Z. B. werden dort Menschen beschäftigt, die im normalen Arbeitsmarkt keine Anstellung finden.
- Zu den Geschäftsführungen der Produktlieferant*innen wird ein persönliches Verhältnis gepflegt.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2018, S. 7, [Online unter: balance.ecogood.org]



STECKBRIEF:

Sitz: Winterthur, Schweiz

Mitarbeitende: 7

Tätigkeit: Holzbaubetrieb, spezialisiert auf Umbau alter, denkmalgeschützter Häuser.

Umsatz 2017: 900.000 CHF

Set 2▲ Karte 13
Stufe 1

SONNENTOR®

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Es wird direkt bei den anliefernden Bäuer*innen eingekauft. Dabei stehen langfristige und vertrauensvolle Partnerschaften im Mittelpunkt.
- Die Bäuer*innen erhalten eine Preis- und Abnahmegarantie und müssen somit kein Risiko tragen.
- Zwei Mitarbeiter*innen sind immer vor Ort bei den Lieferant*innen, um dort zu beraten und zu unterstützen.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2017, S. 5, [Online unter: balance.ecogood.org]



STECKBRIEF:

Sitz: Sprögnitz, Österreich

Mitarbeitende: 320

Tätigkeit: Tee, Kräuter und Gewürze aus biologischem Anbau

Umsatz 2016: 40,2 Mio. €

Set 2▲ Karte 4
Stufe 2

CC BY NC ND

arba – atelier für architektur & bauhandwerk

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Bei zugelieferten Produkten werden bei 80% aller Materialien die ökologisch höherwertigen Alternativen bevorzugt.
- Bei der Auswahl dieser Zuliefer-Produkte werden ökologische Aspekte berücksichtigt. Das geht von der Herstellung über die Verarbeitung, die Gebrauchsdauer bis zum Rückbau. Im Zweifelsfall werden die Ökobilanzen der Produkte verglichen.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2018, S. 9, [Online unter: balance.ecogood.org]



STECKBRIEF:

Sitz: Winterthur, Schweiz

Mitarbeitende: 9

Tätigkeit: arba - atelier für architektur und bauhandwerk ist ein Architekturbüro mit baubiologischer Ausrichtung, vor allem regional in Altbau-sanierung tätig.

Umsatz 2017: ca. 400.000 CHF

Set 2▲ Karte 17
Stufe 2

SOTRONIK Ingenieurbüro für Software & Elektronik

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Der Anteil an Lieferant*innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang besteht, beträgt über 80%:
- Die gegenseitige Transparenz wird erhöht, indem Sotronik vor allem kleine und mittlere Unternehmen (KMU's) aus der Umgebung als Lieferant*innen wählt. Die meisten Mitarbeitenden der Liefer-ant*innen sind persönlich bekannt.
- Partizipativer Umgang wird gefördert, indem bei Lieferant*innen vor allem Organisationsformen wie Genossenschaften, Familien-betriebe und Kleinunternehmen gewählt werden.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2018, S. 15, [Online unter: balance.ecogood.org]



STECKBRIEF:

Sitz: Winterthur, Schweiz

Mitarbeitende: 9

Tätigkeit: Sotronik ist ein Ingenieurbüro, das technische Software und Elektronik im Bereich der industriellen Automation entwickelt.

Umsatz 2017: 1,5 Mio CHF

Set 2▲ Karte 8
Stufe 3

CC BY NC ND

arbatherm
SOLAR HEIZUNG SANITÄR

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Die Firma achtet auf die Nachhaltigkeit ihrer Finanzpartner*innen. Das Tätigkeitsgebiet der regionalen Bank liegt im lokalen Geschäft mit Kleinanlegern. Eine externe Studie hat 2017 die Nachhaltigkeitsaktivitäten dieser Bank gewürdigt.
- In einem Nachhaltigkeits-Test hat der Finanzpartner Raiffeisenbank mit am besten abgeschnitten.
- arbatherm weist ein Eigenkapital von 100% aus und ist somit finanziell komplett unabhängig.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2018, S. 14-16, [Online unter: balance.ecogood.org]



STECKBRIEF:

Sitz: Winterthur, Schweiz

Mitarbeitende: 11

Tätigkeit: Plant und realisiert im Sanitär- und Heizungsbereich massgeschneiderte Haustechnik, auch mit erneuerbaren Energien.

Umsatz 2017: 1,6 Mio CHF

Set 2 ▲ Karte 19
Stufe 3

e⚡G⚡O

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- An der Generalversammlung wird der finanzielle Überschuss / Gewinn gemeinsam verteilt.
- Neben Rückstellungen für zukünftige Projekte erfolgen Lohnzahlungen und Zahlungen in den Solidaritätsfond.
- Der Solidaritätsfond soll allen Mitarbeiter*innen und Genossenschafter*innen ermöglichen, unabhängig von ihrer Arbeitsleistung ihren Lebensunterhalt bestreiten zu können.
- Nur Mitarbeitende sind Genossenschafter*innen.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2018, S. 20, [Online unter: balance.ecogood.org]



STECKBRIEF:

Sitz: Winterthur, Schweiz

Mitarbeitende: 12

Tätigkeit: Die Elektro-installationsfirma plant, entwickelt, installiert Elektroanlagen: Strom-erzeugung, Gebäude-steuerungstechnik, Telefonie, Leuchtenbau.

Umsatz 2017: 1,1 - 1,3 Mio CHF

Set 2 ▲ Karte 11
Stufe 3

CC BY NC ND

elobau sensor technology

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Bei allen Investitionen spielen ökologische Aspekte eine Rolle.
- Das heißt, die einzelnen ökologischen Aspekte der Investition werden bewertet und beeinflussen wesentlich die Entscheidung.
- elobau investiert außerdem in einen Fonds der ethischen GLS-Bank, woraus ausschließlich in sozial-ökologische Projekte investiert wird.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2018, S. 17, [Online unter: balance.ecogood.org]



STECKBRIEF:

Sitz: Leutkirch, Baden-Württemberg, Deutschland

Mitarbeitende: 817 (weltweit)

Tätigkeit: international führender Anbieter von Sensoren für Maschinensicherheit und Füllstandsmessung

Umsatz 2017: 98 Mio. €

Set 2▲ Karte 10
Stufe 2

GRUBER+HAUMER LANDSCHAFTSARCHITEKTUR.OG

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Im Landschaftsarchitekturbüro gibt es zwei gleichberechtigte Partner*innen mit gleichen Eigentumsanteilen am Unternehmen, dies wurde in einem Gesellschaftsvertrag festgelegt.
- Alle Entscheidungen werden im Dialog gemeinsam getragen.
- Die gleichberechtigten Eigentümer*innen besprechen in jährlichen Klausuren die unternehmerischen Tätigkeiten und entwickeln gemeinsam Zukunftsbilder und Visionen.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2018, S. 19, [Online unter: balance.ecogood.org]



STECKBRIEF:

Sitz: Bürs, Österreich

Mitarbeitende: 2

Tätigkeit: Landschaftsarchitekten, die Freiräume planen

Bilanzsumme 2017: 150.000 €

Set 2▲ Karte 2
Stufe 3

CC BY NC ND

Sparda-Bank

www.sparda-m.de

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Allen Mitarbeitenden werden Maßnahmen zur Gesundheitsförderung angeboten, wie z.B. Bewegungsangebote, Ernährungsthemen und Vorsorge-Untersuchungen.
- Die Betriebssportgemeinschaft bietet ein umfangreiches Bewegungs- und Entspannungsprogramm an, z.B. Rückentraining, Yoga, Zumba, Massageangebote.
- Alle Mitarbeitenden können sich anhand einer internetbasierten Lern- und Kommunikationsplattform zu den Themen „Lernen“, „Informieren“ und „Kommunizieren“ weiterbilden.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2015, S. 26 ff, [Online unter: balance.ecogood.org]



STECKBRIEF:

Sitz: München, Bayern, Deutschland

Mitarbeitende: ~ 740

Tätigkeit: Direktbank mit Filialen und allen Bankdienstleistungen

Bilanzsumme 2017: 7,6 Mrd.

Set 2▲ Karte 15
Stufe 1

Dietzinger+Partner

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Jedes Team-Mitglied hat einen eigenen Vertrag mit individuell passenden Arbeitsleistungen und Arbeitszeiten. Die Arbeitszeiten betragen zwischen 20 und 40 Wochenstunden.
- Die Urlaubsplanung erfolgt einvernehmlich im Team.
- Die Gehaltsspreizung ist mit dem Faktor 2:1 sehr gering: das bedeutet, dass das höchste Gehalt im Unternehmen maximal das Doppelte des niedrigsten ausmacht.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2018, S. 13, [Online unter: dietzingerundpartner.de]



STECKBRIEF:

Sitz: Anger, Bayern, Deutschland

Mitarbeitende: 5

Tätigkeit: Unternehmensberatung im Bereich Herstellung, Verarbeitung und Logistik von Lebens-, Futtermitteln und chemischen Produkten.

Umsatz: k.A.

Set 2▲ Karte 5
Stufe 1

CC BY NC ND

Engel und Brotzge og einfachmoebel



Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Das am meisten genutzte Verkehrsmittel zur Arbeit ist das Fahrrad.
- Die Nutzung des öffentlichen Verkehrs wird gefördert, indem Mitarbeitenden Jahrestickets für Bus und Bahn finanziert werden.
- Das Unternehmen und seine Mitarbeitenden legen sehr viel Wert auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel.
- Mobilität, Konsum und Arbeit im Kontext des Gemeinwohls sind wiederkehrende Gesprächsthemen und bieten Gelegenheit für Erfahrungs- und Meinungsaustausch.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2018, S. 19, [Online unter: balance.ecogood.org]

STECKBRIEF:

Sitz: Hard, Vorarlberg, Österreich

Mitarbeitende: 6

Tätigkeit: Tischlerei, versucht ihr unternehmerisches und gesellschaftliches Wirken nach dauerhaften und ressourcensparenden Kriterien auszurichten.

Bilanzsumme 2017: 87.000 €

Set 2▲ Karte 7
Stufe 1

b.it office



Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Bei der b.it gmbh sind alle Daten (Dokumente, Laufwerke) für alle Mitarbeitenden zugänglich und jederzeit abrufbar.*
- Besprechungsprotokolle der Team-Treffen, des Teamleiter-Treffens und der Mitarbeiterversammlung werden veröffentlicht.*
- Entscheidungen bezüglich Budgets, Investitionen, Gehälter, Einstellungen und Entlassungen werden gemeinsam getroffen.*
- 2015 wurde einstimmig eine neue Führungsstruktur beschlossen.*

*Mit 01.04.2018 gingen Business Software + IT-Lösungen an b.it³ Business Software + IT GmbH

Quelle: Gemeinwohlbericht 2016, S. 27 ff. [Online unter: balance.ecogood.org]

STECKBRIEF:

Sitz: Hallwang, Österreich

Mitarbeitende: 9

Tätigkeit: Büroservice + IT Center bietet Büroflächen, vollausgestattete Seminar- und Schulungsräume z. B. mit IT-Infrastruktur, mobilem Zugriff und Datensicherung

Umsatz 2018: 800.000 €

Set 2▲ Karte 6
Stufe 1

CC BY NC ND

SERVICE VINZENZ

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Kund*innen-Wünsche sind bereits für die Angebotserstellung maßgeblich. Hier wird transparent gemacht, was Vinzenz kann und was es nicht leisten kann.
- jede Beschwerde wird aufgenommen, bearbeitet und von der Geschäftsführung zur Kenntnis genommen. Jede Beschwerde erhält eine Rückmeldung, wie damit umgegangen wurde.
- Unser Dienstleistungszentrum mit Zentralküche ist mit großen Türen, behindertengerechtem Aufzug und Behinderten-WC nahezu barrierefrei gebaut.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2018, S. 43, [Online unter: vinzenz-service.de]



STECKBRIEF:

Sitz: Sigmaringen, Baden-Württemberg, Deutschland

Mitarbeitende: 174

Tätigkeit: Catering-Unternehmen. Achtet auf Qualität und Regionalität der Produkte.

Umsatz 2016: 7,5 Mio €

Set 2▲ Karte 3
Stufe 2

BKK ProVita Die Kasse fürs Leben.

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Seit mehreren Jahren erfolgt eine Kooperation mit der Barmenia Versicherung in den Feldern der privaten Zusatzversicherung, z. B. für Zahnersatz, Brillen, Krankenversicherung für Auslandsreisen.
- Mit regionalen Sportvereinen wird kooperiert, um Versicherten ein regionales Gesundheits- und Sportprogramm anbieten zu können.
- In Kooperation mit ProVeg initiierte die BKK ProVita das Gesundheitsförderungsprojekt „Aktion Pflanzen-Power“ an Schulen, in dem Schüler*innen der Zusammenhang zwischen Ernährung, Klimawandel und (planetarer) Gesundheit erklärt wird.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2018, S. 55, [Online unter: balance.ecogood.org]



STECKBRIEF:

Sitz: München, Bayern, Deutschland

Mitarbeitende: 253

Tätigkeit: Die BKK ProVita ist eine ganzheitlich orientierte und bundesweit geöffnete Betriebskrankenkasse mit mehr als 120.000 Versicherten.

Haushaltsvolumen 2018: ca. 350 Mio €

Set 2▲ Karte 18
Stufe 2

CC BY NC ND

LEBARTE®



Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Alle Produkte "rund um den Schlaf" (Bett, Möbel, Gestaltung des Schlafraums) bestehen zu 80% aus ökologischen oder biologischen Bestandteilen und sind sehr langlebig.
- Ökologische Auswirkungen entstehen vor allem bei der Entsorgung der von den Kund*innen bisher genutzten Betten und Möbel. Deshalb bietet LEBARTE eine ordnungsgerechte Entsorgung dieser Möbel an.
- Das Thema Nachhaltigkeit ist immer zentraler Bestandteil in den Kundengesprächen.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2018, S. 24, [Online unter: balance.ecogood.org]

STECKBRIEF:

Sitz: Feldkirch, Österreich

Mitarbeitende: 3

Tätigkeit: bietet Produkte für die optimale Entspannung beim Schlafen. Von Betten, Bettsystemen über Matratzen, Möbel bis hin zur Gestaltung des Schlafraumes.

Umsatz 2018:
bis zu 300.000 €

Set 2▲ Karte 9
Stufe 2

Ökofrost

Spezialgroßhandel für Bio-Tiefkühlkost



Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Bei den Produkten der eigenen Marke Biopolar werden Produkt-Informationen über die gesamte Wertschöpfungskette offengelegt.
- Endverbraucher*innen können über die Ökofrost-Webseite konkrete Fragen zu allen gehandelten Produkten stellen und bekommen eine ausführliche Antwort.
- Kund*innen werden im Tagesgeschäft, auf Messen und in Jahresgesprächen nach Wünschen befragt und sie bekommen vorab Muster von neuen Produkten zugesendet. So können sie sich aktiv an der Produktgestaltung beteiligen.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2019, S. 26, [Online unter: www.oekofrost.de]

STECKBRIEF:

Sitz: Berlin, Deutschland

Mitarbeitende: 22

Tätigkeit: Großhändler mit 100% zertifizierter Bio-Tiefkühlkost, beliefert Bio-Einzelhandel, Bio-Großhandel und konventionellen Lebensmittelhandel.

Umsatz 2017:
15 Mio €

Set 2▲ Karte 1
Stufe 1

CC BY NC ND

Reparatur- und Service-Zentrum R.U.S.Z

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Das Unternehmen wurde gegründet, um Langzeit-Arbeitslose wieder in den Arbeitsalltag zu integrieren. Damit erfüllt es einen wichtigen gesellschaftlichen Sinn.
- Durch die Reparaturen wird ein nachhaltiger Umgang mit Geräten ermöglicht: das bedeutet weltweit weniger Elektro-Müll, weniger Ressourcenverbrauch und weniger Ausbeutung.
- Über das Bildungsprojekt www.retibne.de trägt das Unternehmen auch stark zur Bewusstseinsbildung bei, indem Unterrichtsmaterialien zum Thema „Reparatur“ angeboten werden.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2016, S. 37, [Online unter: balance.ecogood.org]



STECKBRIEF:

Sitz: Wien, Österreich

Mitarbeitende: 17

Tätigkeit: Reparatur von Elektro-Geräten. Beschäftigung und Ausbildung von Langzeit-Arbeitslosen.

Umsatz 2014: 920.000 €

Set 2 ▲ Karte 20
Stufe 3

FREIE WALDORFSCHULE WETTERAU

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Die Schule stellt dem Verein VOILÀ, der die Jugendhilfe durch Turnen und Akrobatik fördert, kostenfrei Räumlichkeiten und Material zur Verfügung.
- Bei Schüler*innen-Projekten wie z.B. Spendenläufen, Theater-aufführungen oder Konzerten werden Spenden gesammelt und für gemeinnützige Zwecke eingesetzt. Lehrer*innen engagieren sich für Projekte wie Jugendstilfestival und Viva la musica.
- Der Schul-Saal wird gemeinnützigen Vereinen zur Verfügung gestellt und verschiedene Träger der Flüchtlingshilfe können Schul-Räume zum Beispiel für Sprachkurse nutzen.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2018, S. 61, [Online unter: balance.ecogood.org]



STECKBRIEF:

Sitz: Bad Nauheim, Hessen, Deutschland

Mitarbeitende: 114

Tätigkeit: allgemeinbil-dende, staatlich anerkannte Schule mit allen staatlichen Schulabschlüssen und derzeit 518 Schüler*innen.

Umsatz 2016: 5,25 Mio €

Set 2 ▲ Karte 12
Stufe 2

CC BY NC ND

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Durch den konsequenten Einsatz von Rohstoffen in Bioqualität werden die Umweltauswirkungen reduziert, indem z.B. keine Pestizide und wenig Nitrat ins Grundwasser gelangen. Die Böden werden geschont und die Artenvielfalt geschützt.
- Die Tofu-Sojabohnen wurden 2015 von rund 100 Landwirten in Mitteleuropa angebaut. Das verringert Transportwege und spart CO2-Emissionen ein.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2016, S. 42, [Online unter: balance.ecogood.org]



STECKBRIEF:

Sitz: Freiburg, Baden-Württemberg, Deutschland

Mitarbeitende: 240

Tätigkeit: stellt unter den Marken „Taifun“ und "Tukan" hochwertige Tofu-Spezialitäten in Bio-Qualität her. Alle Zutaten sind rein pflanzlich.

Umsatz 2018: 36,5 Mio €

Set 2 ▲ Karte 14
Stufe 1

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Die Firma hat bereits zum zweiten Mal eine Gemeinwohl-Bilanz veröffentlicht. Auch darüber hinaus gibt die Firma relevante Informationen für Kund*innen und Gesellschaft gerne preis, ob mündlich oder schriftlich per Mail sowie über die Webseiten.
- Geschäftsführung und Mitarbeitende sind offen für Gespräche und Anregungen von extern. Legitime Forderungen oder Kritikpunkte werden seriös geprüft, um sich dadurch stetig zu verbessern und Anregungen umzusetzen.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2018, S. 35, [Online unter: malerei-wuelser.ch]



STECKBRIEF:

Sitz: Winterthur, Schweiz

Mitarbeitende: 25

Tätigkeit: sämtliche Maler- u. Renovationsarbeiten im Innen- und Außenbereich: Verputz, Dekoration, Lasur, Dämmung, Tapezier- und Lackierarbeiten.

Umsatz 2017: 2,4 Mio CHF

Set 2 ▲ Karte 16
Stufe 3

CC BY NC ND

Good-Practice-Beispiele | Karten

Hier finden Sie die Good-Practice-Beispiele zu jeweils einem Thema / Bereich der Gemeinwohl-Matrix auf einzelnen Karten zum Ausschneiden. Die Karten sind schüler*innengerecht formulierte Auszüge aus den Gemeinwohl-Berichten. Das heißt im Vergleich zu den Original-Gemeinwohl-Berichten wurden teilweise Umformulierungen, Kürzungen und erläuternde Ergänzungen vorgenommen.





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





Nutzungshinweise:

Wie alle anderen Bildungsmaterialien zur Gemeinwohl-Ökonomie dürfen Sie die Good-Practice-Karten in dieser Form auch gerne verwenden, vervielfältigen und weitergeben. Eine Bearbeitung und Verbreitung veränderter Versionen ist allerdings im Gegensatz zu den anderen Bildungsmaterialien nicht gestattet.

Bitte beachten Sie vor allem: die für dieses Material gewährten Rechte für die abgebildeten Firmenlogos und Bilder bleiben den jeweiligen Unternehmen, bzw. den persönlich angegebenen Urheber*innen vorbehalten!

Die detaillierten Nutzungsrechte und Herausgeber-Angaben finden Sie untenstehend:

Nutzungsrechte: Dieses Produkt steht unter einer „*Creative Commons BY-NC-ND 4.0. International Lizenz*“: https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/ Das heißt, Sie dürfen das Material unter folgenden Bedingungen vervielfältigen und verbreiten, aber nicht verändern: Namensnennung des Herausgebers, keine kommerzielle Nutzung.

Hinweis zu Marken- und Bildrechten: Die Rechte für die abgebildeten Firmenlogos und Bilder bleiben den jeweiligen Unternehmen vorbehalten

Version: 1.2.| Stand: 09/2025 | **Online unter**: bildung-at.ecogood.org
Herausgeber: AK Bildung der Gemeinwohl-Ökonomie
Rechtlicher Träger: Internationaler Verein zur Förderung der Gemeinwohl-Ökonomie e.V. (gemeinnützig)
Infos: www.ecogood.org | **Kontakt**: bildung@ecogood.org

Unterstützung: Wir freuen uns, wenn Sie unsere Arbeit mit einer Spende unterstützen!
Spendenkonto: Internationaler Verein zur Förderung der Gemeinwohl-Ökonomie e.V. | Stichwort: Bildung
IBAN: DE50 4306 0967 2062 4339 00 | BIC: GENODEM1GLS | Bank: GLS Gemeinschaftsbank eG

Set AUSTRIA

Die Farbe und geometrische Form hilft das Set von anderen Good-Practice-Sets zu unterscheiden, wenn Sie verschiedenen Kleingruppe unterschiedliche Sets geben möchten.

Außerdem finden Sie darunter auf jedem Kärtchen, sowie in der untenstehenden Tabelle auch noch die Reihenfolge des Beispieles: 1, 2 oder 3. Diese sind unten genauer erläutert. (wird laufend ergänzt)

Nummer Karte	Thema Matrix	Unternehmen Beispiel	Stufe * 1–2–3	Land
1	A1	Sonnentor	Stufe 1	AT
2	A2	**Weltladen Lienz**	Stufe 2	AT
3	A3	**Hotel Grafenast**	Stufe 3	AT
4	A4	Taifun-Tofu	Stufe 3	DE
5	B1	Nellie Nashorn	Stufe 3	DE
6	B2	Gemeinde Mäder / Vienna Base	Stufe 3	AT
7	B3	Windkraft Simonsfeld	Stufe 2	AT
8	B4	Blattwerk Gartengestaltung GmbH	Stufe 3	AT
9	C1	FAHNENGÄRTNER	Stufe 2	AT
10	C2	Bio verlag gmbh	Stufe 3	DE
11	C3	VOELKEL	Stufe 1	DE
12	C4	**GreenWebspace**	Stufe 3	AT
13	D1	CulumNATURA	Stufe 3	AT
14	D2	**Freistädter Bier**	Stufe 1	AT
15	D3	elobau	Stufe 3	DE
16	D4	**Raiffeisenbank Lech am Arlberg**	Stufe 2	AT
17	E1	R.U.S.Z. Reparatur Service / Werksalon	Stufe 3	AT
18	E2	**Hochschule Burgenland**	Stufe 3	AT
19	E3	**b.it office**	Stufe 2	AT
20	E4	**VAUDE**	Stufe 1	DE

Lösungsübersicht:

1. Die 4 grün markierten werden als erstes rausgegeben und den 4 Werten zugeordnet.
2. Die 5 gelb markierten als zweites rausgeben und den 5 Berührungsgruppen zugeordnen

	1	2	3	4
A	Sonnentor	Weltladen Lienz	**Hotel Grafenast**	Taifun-Tofu
B	Nellie Nashorn	Gemeinde Mäder	Windkraft Simonsfeld	Blattwerk Gartengestaltung
C	FAHNENGÄRTNER	Bio verlag gmbh	VOELKEL	**GreenWebspace**
D	CulumNATURA	Freistäder Bier	elobau	**Raiffeisenbank Lech am Arlberg**
E	R.U.S.Z. Reparatur Service	**Hochschule Burgenland**	**b.it office**	VAUDE

CC BY NC ND

Weltladen LIENZ



Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Produzent:innen erhalten immer mindestens einen so fairen Preis, das der ihre Produktionskosten und Lebenshaltung deckt.
- Es gibt Extra-Zuschläge (Fairtrade-Prämien), womit Schulen, Krankenhäuser und andere soziale Projekte in den Produktionsregionen finanziell unterstützt werden.
- Zusatzboni: Weitere Zuschläge belohnen Bio-Qualität oder besondere Sorten und sichern damit gerechte Bedingungen in der gesamten Lieferkette.

Quelle: Good Practices https://austria.econgood.org/persona/weltladen-lienz/#

STECKBRIEF:

Sitz: Lienz (AT)

Mitarbeitende: 2 + 11 Freiwillige

Tätigkeit: Handel, Konsum, Verkauf

Website: https://www.weltladen.at/lienz/

GWÖ-Punkte: 550 (gültig bis 2023)

Stufe 2

SONNENTOR®



Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- ein österreichisches Bio-Unternehmen, das seit seiner Gründung auf nachhaltige, faire Lieferketten setzt. Kräuter, Gewürze und Tees stammen direkt von Bio-Bäuer:innen, die durch faire Preise, langfristige Verträge und fachliche Beratung unterstützt werden.
- Es wird direkt bei den anliefernden Bäuer:innen eingekauft. Dabei stehen langfristige und vertrauensvolle Partnerschaften im Mittelpunkt.
- Regelmäßige Treffen fördern Austausch, Vertrauen und Transparenz.

Quelle: Good Practices 2022, S. 8-9, [https://austria.econgood.org/goodpractices/]

STECKBRIEF:

Sitz: Sprögnitz, Österreich

Mitarbeitende: 267

Tätigkeit: Tee, Kräuter und Gewürze aus biologischem Anbau

Website: www.sonnentor.com

GWÖ-Punkte: 746 (gültig bis 2025)

Stufe 1

CC BY NC ND

GRAFENAST
Natur pur trifft Bio

BioHotel GRAFENAST

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Im Biohotel Grafenast wird besonders darauf geachtet, dass die Lebensmittel und Materialien umweltfreundlich sind. Fast alles wird in Bio-Qualität eingekauft und die meisten Lieferant:innen arbeiten nachhaltig.
- Damit beim Transport möglichst wenig CO_2 entsteht, gibt es Sammeltransporte und moderne, klimafreundliche LKWs.
- Außerdem wird darauf geachtet, dass keine Produkte gekauft werden, die der Umwelt schaden, und neue Partner werden vorher genau geprüft.

Quelle: Good Practices 2022, S. 12-13, [https://austria.econgood.org/goodpractices/]



STECKBRIEF:

Sitz: Schwaz in Tirol (AT)

Mitarbeitende: 10

Tätigkeit: Tourismus / Hotel / Gastronomie

Website: https://www.grafenast.at/

GWÖ-Punkte: 424 (gültig bis 2024)

Stufe 3

ECO n GOOD | Gemeinwohl Ökonomie

Taifun

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Taifun-Tofu produziert seit über 30 Jahren Bio-Tofu und engagiert sich für regionalen, gentechnikfreien Sojaanbau. Im Projekt „1.000 Gärten“ beteiligen sich über 3.000 experimentierfreudige Landwirt:innen *und* Hobbygärtner:innen an der Saatgutentwicklung.
- Die vielen Konsument:innen nahmen an Anbautests für Sojakreuzungen teil, wodurch die Entwicklung von Soja-Sorten beschleunigt wurde, die auch außerhalb der warmen europäischen Lagen angebaut werden können, was vorher nicht möglich war.
- Diese Sorten sind eine wichtige Alternative für die Zukunft unserer Ernährungssouveränität.

Quelle: Good Practices 2022, S. 14-15, [https://austria.econgood.org/goodpractices/]



STECKBRIEF:

Sitz: Freiburg (DE)

Mitarbeitende: 270

Tätigkeit: stellt unter den Marken „Taifun“ und "Tukan" hochwertige Tofu-Spezialitäten in Bio-Qualität her. Alle Zutaten sind rein pflanzlich.

Website: taifun-tofu.de

GWÖ-Punkte: 608 (gültig bis 2021)

Stufe 3

ECO n GOOD | Gemeinwohl Ökonomie

CC BY NC ND

nellie KULTURVILLA

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Das soziokulturelle Zentrum Nellie Nashorn wurde nach Insolvenz durch die Gäste in eine gemeinnützige GmbH ohne Gewinne überführt.
- Auf diese Weise wurden die Gäste zu Miteigentümer:innen und sind zugleich Nutzer:innen, die durch ehrenamtliches Engagement auch als Mitarbeitende und Lieferant:innen den Betrieb sichern.
- Damit ist Nellie Nashorn ein Beispiel für partizipative Finanzierung und Gemeinwohlorientierung im Kulturbereich.

Quelle: Good Practices 2022, S. 16-17, [https://austria.econgood.org/goodpractices/]



STECKBRIEF:

Sitz: Lörrach (DE)

Mitarbeitende: 4,6

Branche: Kulturbereich, Kulturveranstaltungen (Lachyoga, Poetry Slam, Kneipenquiz, Konzerte, Spieleabende, Lesekreise,..)

Website: nellie-nashorn.de/wp

GWÖ-Punkte: 408 (gültig bis 2021)

Stufe 3

gemeinde mäder

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Die Vorarlberger Gemeinde Mäder verfolgt eine aktive Bodenpolitik, bei der Flächen gezielt für soziale und nachhaltige Zwecke gesichert werden. Für die Gemeinde ist Boden ein Schatz, der nicht verkauft wird, auch nicht um Schulden zu begleichen.
- Über viele Jahrzehnte hinweg erwirbt die Gemeinde stetig Grundstücke und verwirklicht dort kommunale Infrastruktur – Schulen, Kindergärten, Sozialzentren, Grünflächen, etc.
- So werden bezahlbarer Wohnraum, Bildungsprojekte und Gemeinwohl-Interessen langfristig gefördert.

Quelle: Good Practices 2022, S. 18-19, [https://austria.econgood.org/goodpractices/]



STECKBRIEF:

Sitz: Mäder (AT)

Mitarbeitende: 36

Branche: Gemeinde, Flächenwidmungsplan, Leibrentenverträge Wohnrecht, Bauland Umwidmungen

Website: maeder.at

GWÖ-Punkte: 567 (gültig bis 2022)

Stufe 3

CC BY NC ND

windkraft SIMONSFELD AG

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Die Bürger:innenbeteiligungs-AG Windkraft Simonsfeld investiert in Windkraftanlagen und ermöglicht der Bevölkerung, direkt von erneuerbarer Energieerzeugung zu profitieren.
- Sie produziert mit ihren Anlagen den jährlichen Strombedarf von 166.000 Haushalten. Dies stärkt die regionale Wirtschaft und trägt aktiv zur Energiewende bei.
- Der laufende Betrieb einer Windkraftanlage ist de facto emissionsfrei. Windkraft ist im Vergleich zu anderen Energieformen eine der CO_2 schonendsten Arten der Energiegewinnung.

Quelle: Good Practices 2022, S. 20-21, [https://austria.econgood.org/goodpractices/]



STECKBRIEF:

Sitz: Ernstbrunn (AT)

Mitarbeitende: 94,4

Tätigkeit: Betreiben von 90 Windkraftanlagen und Sonnenkraftwerke

Website: https://www.wksimonsfeld.at/

GWÖ-Punkte: 632 (gültig bis 2025)

Stufe 2

BLATT WERK

Gärten – gestalten, entwickeln und pflegen



Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Blattwerk Gartengestaltung ist basisdemokratisch organisiert. Alle Mitarbeitenden haben gleiche Eigentumsrechte.
- Alle Entscheidungen sind prinzipiell diskutabel und werden gemeinsam getroffen, sodass die Entscheidungsprozesse so transparent wie möglich gestaltet und im Konsens entschieden wird.
- Bemerkenswert ist auch, dass der Betrieb breite, interne Aushandlungsprozesse über die Verteilung der Unternehmensgewinne ermöglicht.

Quelle: Good Practices 2022, S. 22-23, [https://austria.econgood.org/goodpractices/]



STECKBRIEF:

Sitz: Salzburg (AT)

Mitarbeitende: 21

Tätigkeit: Garten- und Landschaftsbau

Website: https://www.blattwerk-gartengestaltung.de/

GWÖ-Punkte: 442 (gültig bis 2021)

Stufe 3

CC BY NC ND

FAHNEN GÄRTNER



Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- FAHNENGÄRTNER stellt seit 1945 Fahnen und Werbemittel her. Die Unternehmenskultur des österreichischen Familienunternehmens zeichnet sich durch sinnstiftende Arbeitsplätze und ein hohes Maß an Mitbestimmung und Selbstorganisation der Belegschaft aus.
- Das Gesundheitsprogramm bietet neben dem Betriebskindergarten und der regionalen Betriebsküche ein breites Spektrum an Fortbildungsmöglichkeiten sowie Sport- und Gesundheitskursen.
- Auf Chancengleichheit legt das Unternehmen großen werd. So sind jeweils 50% er Führungspositionen von Frauen besetzt.

Quelle: Good Practices 2022, S. 24-25, [https://austria.econgood.org/goodpractices/]

STECKBRIEF:

Sitz: Mittersill (AT)

Mitarbeitende: 90

Branche: Textilindustrie

Website: https://www.fahnen-gaertner.com/

GWÖ-Punkte: 453 (gültig bis 2024)

Stufe 2

bio verlag





Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Die Medien von bio verlag gmbh handeln von Nachhaltigkeit und fairem Handeln. Seit 2011 ist das Unternehmen über Kapital- und Erfolgsbeteiligung in Mitarbeiter:innenhand.
- Die Gehälter sind für alle einsehbar und die Einstufungen werden regelmäßig überprüft. Mitarbeitende können ihre Wochenarbeitszeit flexibel, ohne Kernzeit selbst organisieren.
- Für die Abstimmung in den Teams wird versucht, über steten Austausch allen Bedürfnissen gerecht zu werden. 70% der Mitarbeitenden arbeiten in Teilzeit mit durchschnittlich 27 Wochenstunden.

Quelle: Good Practices 2022, S. 26-27, [https://austria.econgood.org/goodpractices/]

STECKBRIEF:

Sitz: Aschaffenburg (DE)

Mitarbeitende: 55

Tätigkeit: Verlag, Medienhaus mit Fokus Nachhaltigkeit, biologische Ernährung, fairem Handeln

Website: www.bioverlag.de/

GWÖ-Punkte: 671 (gültig bis 2027)

Stufe 3

CC BY NC ND

Voelkel



Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Das Gründungspaar im Familienunternehmen des Biosaft-herstellers Voelkel verankerte das Bewusstsein der Verant-wortung für Natur und Mensch, indem es sich seit 100 Jahren an den Prinzipien von Demeter ausrichtet.
- Mitarbeitende haben Zugang zu Demeter-Fachliteratur und Fortbildungen. Das Unternehmen ermöglicht eine hundertprozentige ökologische Ernährung der Mitarbeitenden im Betrieb und Zuhause.
- Nur bei der Mobilität können sich die Mitarbeitenden nicht vorbildlich nachhaltig verhalten – es fehlt der ÖPNV.

Quelle: Good Practices 2022, S. 28-29, [https://austria.econgood.org/goodpractices/]

STECKBRIEF:

Sitz: Höhbeck (DE)

Mitarbeitende: 248

Tätigkeit: Lebensmittel-Herstellung (Säfte)

Website: https://voelkel.bio/

GWÖ-Punkte: 663 (gültig bis 2025)

Stufe 1

green WEBSPACE



Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Im Team von GreenWebspace werden wichtige Entscheidungen gemeinsam getroffen, jede Meinung zählt und es gibt flache Hierarchien.
- Alle Mitarbeitenden können auf Wunsch Finanz- und Unterneh-mensdaten einsehen, um gemeinsam zu verstehen, wie das Unternehmen läuft.
- Teamwork & Verantwortung: Jede:r bringt Ideen und Wissen ein, arbeitet nach eigenen Stärken und Interessen, und gemeinsam wird alles ausprobiert, evaluiert und umgesetzt.

Quelle: https://austria.econgood.org/persona/greenwebspace/#single/0

STECKBRIEF:

Sitz: Wien (AT)

Mitarbeitende: 60

Branche: EDV / IT, Website Erstellung, Webhosting, vServer, Domains

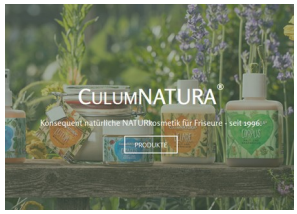
Website: https://greenwebspace.com/

GWÖ-Punkte: 445 (gültig bis 2024)

Stufe 3

CC BY NC ND

CulumNATURA



Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Aus Sorge um die Gesundheit von Friseur*innen und Kund*innen hat Willi Luger von CulumNATURA hautfreundliche Haarkosmetik aus Naturprodukten entwickelt.
- CulumNATURA hat eine Akademie gegründet, die die Ausbildung von Friseur:innen in der Anwendung von unschädlichen Produkten ermöglicht und sich für die Anerkennung des Friseurhandwerks mit Naturprodukten einsetzt.
- Die hochwertigen Produkte werden ohne die üblichen Rabatte für Großeinkäufe oder Online-Handel verkauft, um die Kund:innen wirtschaftlich zu schützen, die in den Salon kommen.

Quelle: Good Practices 2022, S. 32-33, [https://austria.econgood.org/goodpractices/]

STECKBRIEF:

Sitz: Ernstbrunn (AT)

Mitarbeitende: 31

Branche: Handel und Gewerbe von natürlichen Kostmetikprodukten für FriseurInnne

Website: https://www.culumnatura.com/

GWÖ-Punkte: 722 (gültig bis 2021)

Stufe 3

Freistädter Bier



Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Die Braucommune in Freistadt ist eine von insgesamt vier österreichischen Brauereien, die zertifiziertes Mitglied in der Vereinigung der „Slow Brewer“ ist.
- Mit den anderen Brauereien kooperiert es partnerschaftlich statt wettbewerbsorientiert (u.a. bei Abfüllung und Qualitätsinitiativen). 11,5 % der Aufträge wurden an Mitunternehmen gleicher Branche weitergegeben.
- Freistädter Bier war aktiv bei der Mitgründung „BierWeltRegion Mühlviertel“ zur gemeinsamen Vermarktung & Stärkung der Region.

Quelle: Good Practices 2022, S. 34-35, [https://austria.econgood.org/goodpractices/]

STECKBRIEF:

Sitz: Freistadt (DE)

Mitarbeitende: 44

Tätigkeit: Lebensmittel-herstellung, Brauerei

Website: https://www.freistaedter-bier.at/

GWÖ-Punkte: 519 (gültig bis 2022)

Stufe 1

CC BY NC ND

elobau sensor technology

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Alle Produkte des Unternehmens werden klimaneutral gefertigt.
- Durch folgende Maßnahmen sind unsere Produkte möglichst ressourcenschonend:
  - modulare Bauweise und Verschraubung der Produkte statt Verkleben, d.h.Teile werden so entwickelt, dass sie austauschbar sind, ohne das ganze Produkt ersetzen zu müssen.
  - standardisierte Einzelteile, die weniger Energie und Ressourcen verbrauchen.
- Seit 2017 gibt es ein komplettes Bediensystem (das kann z. B. ein Joystick sein) bestehend aus biobasierten Wertstoffen (Apfelleder).

Quelle: Good Practices 2022, S. 36-37, [https://austria.econgood.org/goodpractices/]



STECKBRIEF:

Sitz: Leutkirch (DE)

Mitarbeitende: ~ 950 (weltweit)

Tätigkeit: international führender Anbieter von Sensoren für Maschinensicherheit und Füllstandsmessung

Website: www.elobau.com

GWÖ-Punkte: 610 (gültig bis 2024)

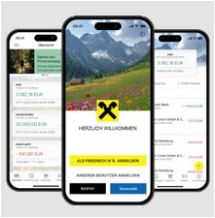
Stufe 3

Raiffeisenbank Lech am Arlberg

Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Kund:innen, die Mitglied der Genossenschaft sind, können bei wichtigen Entscheidungen mitreden, z. B. bei der Wahl des Aufsichtsrates oder bei speziellen Anlageprodukten.
- Viele Produkte, wie die Arlberg Bonuszertifikate, entstehen direkt aus Kundenwünschen und werden gemeinsam entwickelt.
- Alle Produktinformationen, Kosten und ökologischen Bewertungen werden offen gezeigt, damit Kund:innen genau wissen, worauf sie sich einlassen.

Quelle: Good Practices https://austria.econgood.org/persona/raiffeisenbank-lech/#single/0]



STECKBRIEF:

Sitz: Lech (AT)

Mitarbeitende: 22

Branche: Finanzen

Umsatz: http://www.lechbank.com/

GWÖ-Punkte: 608 (gültig bis 2027)

Stufe 2

CC BY NC ND

R.U.S.Z Reparatur- und Service-Zentrum



Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Das Unternehmen wurde gegründet, um Langzeit-Arbeitslose und Geflüchteten wieder in den Arbeitsalltag zu integrieren. Damit erfüllt es einen wichtigen gesellschaftlichen Sinn.
- Durch die Reparaturen wird ein nachhaltiger Umgang mit Geräten ermöglicht: das bedeutet weltweit weniger Elektro-Müll, weniger Ressourcenverbrauch und weniger Ausbeutung.
- Über das Bildungsprojekt https://www.reparaturnetzwerk.at/retibne/ trägt das Unternehmen auch stark zur Bewusstseinsbildung bei, indem Unterrichtsmaterialien zum Thema „Reparatur“ angeboten werden.

Quelle: Gemeinwohlbericht 2016, S. 37, [Online unter: balance.ecogood.org]

STECKBRIEF:

Sitz: Wien (AT)

Mitarbeitende: 17

Tätigkeit: Reparatur von Elektro-Geräten. Beschäftigung und Ausbildung von Langzeit-Arbeitslosen.

Website: https://rusz.at/

GWÖ-Punkte: 598 (gültig bis 2018)

Stufe 3

hochschule burgenland
University of Applied Sciences



Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Die Gewinne werden nicht ausgeschüttet, sondern vollständig für gemeinnützige Zwecke reinvestiert.
- Alle finanziellen Überschüsse fließen in Bildung, Forschung und soziale Zielsetzungen.
- Die Gemeinnützigkeit der Hochschule Burgenland ist offiziell anerkannt und wird regelmäßig überprüft.

Quelle: https://austria.econgood.org/persona/fachhochschule-burgenland/#single/0

STECKBRIEF:

Sitz: Eisenstein

Beschäftigte: 1000

Tätigkeit: Bildung / Universität / FH / Schulen

Website:https://hochschule-burgenland.at/

GWÖ-Punkte: 473 (gültig bis 2019)

Stufe 3

b.it|office



Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- b.it GmbH gestaltet interne Prozesse im Bereich IT-Support und Beratung sowie Büroservice und Büroflächen ressourcenschonend: Verringerung von Energieverbrauch, Abfall und Emissionen in Produktion, Logistik und Verwaltung.
- Für ihr Produktdesign benutzt b.it umweltfreundliche Materialien, vermeidet Einwegprodukte und schädliche Stoffen, achtet auf eine bessere Recyclingfähigkeit.
- Das Unternehmen dokumentiert und erfasst die Umweltwirkungen ihrer Dienstleistungen und erstattet Bericht über Fortschritte gegenüber Miteigentümerinnen und der Gesellschaft.

Quelle: Good Practices https://austria.econgood.org/persona/b-itoffice/#]

STECKBRIEF:

Sitz: Hallwang, Salzburg (AT)

Mitarbeitende: 3

Tätigkeit: Büroservice, Vermietung von Büroflächen /Immobilien IT-Support, IT-Beratung, Kommunikation

Website: https://www.bitoffice.at/

GWÖ-Punkte: 598 (gültig bis 2025)

Stufe 2

VAUDE



Gemeinwohl-Aktivitäten in einem Bereich

- Das Textilunternehmen VAUDE zeigt, wie ein Unternehmen offen arbeitet (auf dem Standard der Global Reporting Initiative (GRI) und andere mitreden lässt. Sie veröffentlichen verständliche Berichte über ihre Nachhaltigkeit.
- Außerdem gibt es ein Beschwerdesystem, um Probleme in der Lieferkette zu melden. So können alle Beteiligten sehen, was passiert, und selbst mitbestimmen, wie das Unternehmen handelt.
- Durch diese Unternehmenskultur wird das Vertrauen und Mitverantwortung aller am Unternehmen Beteiligten und des gesellschaftlichen Umfeldes gestärkt.

Quelle: Good Practices https://audit.econgood.org/companydetails-2en/?qrfkey=ct7z5]

STECKBRIEF:

Sitz: Tettnang, Bayern (DE)

Mitarbeitende: 577

Tätigkeit: Textilindustrie, Outdoor-Bekleidung, Fahrrad Ausrüstung

Website: https://www.vaude.com/

GWÖ-Punkte: 631 (gültig bis 2020)

Stufe 1

Gemeinwohl-Matrix 5.1 – mit Checkfragen

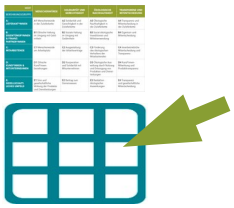
WERTE / BERÜHRUNGSGRUPPE	Menschenwürde	Solidarität & Soziale Gerechtigkeit	Ökologische Nachhaltigkeit	Transparenz und Mitentscheidung
A: Lieferant*innen	**A1 Menschenwürde in der Lieferkette** ■ Werden die Lieferant*innen nach ethischen Kriterien ausgewählt? ■ Werden dort faire Arbeitsbedingungen/Menschenrechte 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?

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 und 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 Lieferkette** ■ Wird der Einkauf nach ökologischen Kriterien getätigt? ■ Werden Umweltauswirkungen in der Beschaffung reduziert?	**A4 Transparenz und Mitent-scheidung in der Lieferkette** ■ 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** ■ 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 Rekla-mationen 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 gesell-schaftliche Mitentscheidung** ■ Werden alle Tätigkeiten fakten-basiert transparent gemacht? ■ Können aus der Gesellschaft betroffene Personen mitbestimmen?

Anleitung
Gemeinwohl-Bilanz Puzzle

Aufgabe 1: Karten mit Beispielen zuordnen



Macht euch mit der **Systematik der Gemeinwohl-Matrix** vertraut (siehe Plakat und Impulsfragen)

Lest die einzelnen Karten. Diese stellen jeweils **einen Ausschnitt** eines Gemeinwohl-Berichts dar! **Ordnet** die Karten den **passenden Themen** der Gemeinwohl-Matrix zu. Für jedes Feld gibt es 1 Karte.

Aufgabe 2: priorisiert die wichtigsten Themen:

Überlegt euch: wie findet ihr die **Gemeinwohl-Matrix**? Fehlen Themen? Gibt es unnötige Themen? Welche Themen findet ihr besonders **wichtig**?

Verteilt 10 Punkte auf die Themen, die euch am wichtigsten scheinen (ihr könnt auch mehrere Punkte auf ein Feld).

Aufgabe 3: Beispiele mit Punkten bewerten

- Nehmt euch ein Beispiel auf einer Karte und schlagt im **Arbeitsbuch** zur **Gemeinwohl-Bilanz** das entsprechende Thema auf.
- Versucht auf Grundlage der Bewertungsstufen **einzuschätzen**, auf welcher Stufe das Unternehmen in diesem Bereich zu bewerten wäre?

Bewertungsstufe	Punktebereich
Vorbildlich	7-10
Erfahren	4-6
Fortgeschritten	2-3
Erste Schritte	1
Basislinie (Minimum gesetzliche Vorschrift)	0

Aufgabe 4: bereitet euch auf die Diskussion vor:

- 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**?

C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

Pionierunternehmen sind wesentliche Multiplikatoren zur Stärkung des ökologischen Bewusstseins der Mitarbeitenden. Daher kommt der Vorbildfunktion und der Anreizpolitik von Unternehmen zur Förderung des ökologischen Bewusstseins und Verhaltens im beruflichen Alltag der Mitarbeitenden eine Schlüsselrolle zu.

Einstiegsfrage

- Welche Maßnahmen setzen wir, um ökologisch nachhaltige Handlungsweisen der Mitarbeitenden zu fördern?

Ein GWÖ-Unternehmen ...

- entwickelt ein ökologisches Bewusstsein und ermöglicht ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden.
- schafft Rahmenbedingungen für die Umsetzung von Projekten, die nachhaltiges Verhalten fördern.
- trägt durch seine Unternehmenskultur sowie interne Prozesse zur Umsetzung von Maßnahmen zu wesentlichen ökologischen Aspekten bei.

Berichtsfragen

- Welchen Wert legen das Unternehmen und die Mitarbeitenden auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz?
- Welche Verkehrsmittel benützen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?
- Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden, gibt es Weiterbildungsangebote?

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft
- Anteil der Anreise mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß
- Nutzungsgrad des ökologischen Betriebsangebots der Mitarbeitenden in Prozent

Bewertungsstufen



Vorbildlich
Ernährung überwiegend fleischlos, Lebensmittel überwiegend lokal und saisonal,
kleiner Anteil an PKW-Anreise in Kilometern, Dienstfahrten immer mit der ökologisch besten Möglichkeit, Personalrekrutierung unter Berücksichtigung ökologischer Bewusstheit.

Erfahren
Ernährung mehrheitlich fleischlos, Lebensmittel mehrheitlich lokal und saisonal reduzierter Anteil an PKW-Anreise in Kilometern,
Dienstfahrten unter positiver Berücksichtigung ökologisch besserer Varianten, Weiterbildungsprogramme mit ökologischen Aspekten und bestehende Ökologieprojekte im Unternehmen.

Fortgeschritten
Klares Bekenntnis im Unternehmen zu nachhaltigen Ernährungsgewohnheiten, konsequente nachhaltige Mobilitätspolitik und punktuelle Integration ökologischer Aspekte in Weiterbildungsprogramme.

Erste Schritte
Das Unternehmen empfiehlt punktuell ökologische Aspekte, z.B. ist ein Obstkorb vorhanden, die Geschäftsführung lebt ökologisches Verhalten vor.

Basislinie
Im Unternehmen sind keine Widersprüche zu ökologischem Verhalten sichtbar.



Bewertungshilfen/Interpretationen

Die Umsetzung kann auf unterschiedlichsten Ebenen erfolgen und lässt großen Freiraum für Kreativität und Innovationsfähigkeit:

- Die Betriebsgröße ist ausschlaggebend für Essensangebote. Kantinen können in Kleinunternehmen nicht erwartet werden – wohl aber kann Verpflegung organisiert werden, z.B. ein Obstkorb für die Mitarbeitenden.
- Es gibt Angebote einer vegetarischen Option bzw. Vergünstigungen in biologischen Restaurants.
- regelmäßige Footprint-Workshops und innovative Ansätze wie „grüne Sozialleistungen", Workshops zu Erstellung der GWÖ-Familienbilanz
- finanzielle Anreizsysteme für die Benutzung öffentlicher Verkehrsmittel
- festgeschriebene Dienstwagenpolitik: < 130 g CO_2/km, Trainings für treibstoffsparendes Fahren
- Substitution durch Infotechnik, Teleworking
- Begünstigung von Fahrgemeinschaften
- Bereitstellung von Dienstfahrrädern und überdachten, geschützten Fahrradparkplätzen
- Auswahl von Verkehrsmitteln für Dienstfahrten nach ökologischen Aspekten, wobei „überwiegend" mehr als drei Viertel und „mehrheitlich" über die Hälfte bezeichnet.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Das Unternehmen bzw. die Organisation ist ein Ort der aktiven Teilhabe und Mitwirkung für alle Mitarbeitenden. Sämtliche Mitarbeitende können ihre Ideen, Anregungen oder Impulse einbringen und so Mitverantwortung übernehmen und zum Wohl des Unternehmens beitragen. Die Identifikation mit dem Unternehmen bzw. der Organisation steigt, und die Weisheit der Vielen wird genutzt.

Einstiegsfrage

- Wie leben wir Transparenz und Partizipation in unserem Unternehmen?

Ein GWÖ-Unternehmen ...

- macht alle wesentlichen und kritischen Daten für die Mitarbeitenden transparent, leicht zugänglich und verständlich.
- lässt die Führungskräfte durch die Mitarbeitenden legitimieren und evaluieren.
- ermöglicht den einzelnen Teams und jeder/jedem einzelnen Mitarbeitenden ein hohes Maß an Mitentscheidung.

Berichtsfragen

- Welche wesentlichen/kritischen Daten sind für die Mitarbeitenden leicht zugänglich?
- Wie werden Führungskräfte ausgewählt, evaluiert und abgesetzt? Von wem?
- Welche wesentlichen Entscheidungen können die Mitarbeitenden mehrheitsdemokratisch oder konsensual mitbestimmen?
- Welche Erfahrungen wurden bisher mit mehr Transparenz und Mitbestimmung gemacht?

Verpflichtende Indikatoren

- Grad der Transparenz bei kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung in Prozent).
- Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden (in Prozent).
- Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden (in Prozent).

Bewertungsstufen



Vorbildlich
Alle wesentlichen Entscheidungen werden möglichst konsensual getroffen, inkl. Bestellung und Abwahl der Führungskräfte.
Alle wesentlichen und kritischen Daten sind leicht abrufbar und verständlich für alle Mitarbeitenden.
Gelebte Kultur der Transparenz und Partizipation.

Erfahren
Einige Entscheidungen werden möglichst konsensual mit Mitarbeitenden getroffen,
inkl. Bestellung und Abwahl der Führungskräfte.
Ein Großteil der kritischen Daten ist transparent, leicht verfügbar und verständlich aufbereitet. Mehrjährige Praxis.

Fortgeschritten
Anhörung und Mitwirkung der Mitarbeitenden bei den wesentlichen Themen und Entscheidungen, inkl. Bestellung der Führungskräfte.
Einige kritische Daten sind transparent, leicht verfügbar und verständlich aufbereitet.

Erste Schritte
Beschäftigung mit dem Thema Transparenz und Partizipation, konkrete Planung zu mehr Mitentscheidung.

Basislinie
Gesetzliche Transparenz und Mitbestimmungsrechte der Mitarbeitenden werden eingehalten.

Bewertungshilfen/Interpretationen

- Wesentliche Entscheidungen sind z.B. Budget, Einstellungen/Entlassungen und langfristig relevante Grundsatzentscheidungen. Der Begriff trifft auch zu, wenn ein Großteil der Mitarbeitenden bzw. deren Alltag wesentlich betroffen ist.
- „Konsensual" meint verschiedene Verfahren, die eine möglichst hohe Zustimmung aller Beteiligten suchen, z.B. „Konsent-Moderation" der Soziokratie oder das systemische Konsensieren (SK-Prinzip).
- Bei Unternehmen bis zu zehn Mitarbeitenden kann auf die Legitimierung der Führungskräfte verzichtet werden, aber nicht auf deren Evaluierung.

C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Der Aspekt umfasst Maßnahmen, die einen rechtmäßigen Einsatz eines Betriebsrates verhindern. Fehlt ein solcher, sollte geprüft werden, ob die Mitarbeitenden zumindest gleichwertige Mitbestimmungsrechte auch ohne diesen ausüben können. Was unterhalb dieser Rechte liegt, kann als Verhinderung interpretiert werden, selbst bei weniger als fünf wählbaren Mitarbeitenden (Grenze für die Einrichtung eines Betriebsrates in Deutschland und Österreich).

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Verhinderung des Betriebsrates vorliegt?

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Unternehmen können durch Veränderung ihrer internen Produktions-, Verarbeitungs- und Arbeitsprozesse und der damit verbundenen Reduktionen der ökologischen Auswirkungen einen wesentlichen Beitrag leisten, um der Überschreitung planetarer Grenzen entgegen zu wirken. Im Lebensweg stehen hier die internen Abläufe zwischen der Übernahme der Vorprodukte von den Lieferant*innen und der Übergabe der Produkte an die Kund*innen im Fokus. Ebenso kann das Produktdesign zur Reduktion dieser Auswirkungen beitragen.

Einstiegsfrage

- Wie erkennen wir potenziell schädliche Umweltwirkungen und vermeiden diese?

Ein GWÖ-Unternehmen ...

- stellt den Lebensweg seiner Produkte und Dienstleistungen innerhalb des Unternehmens dar und erhebt und dokumentiert die jeweiligen Umweltauswirkungen.
- setzt sich aktiv mit den ökologischen Auswirkungen der unternehmerischen Tätigkeit auseinander.
- reduziert negative ökologische Auswirkungen kontinuierlich und gestaltet seine Verfahren und Prozesse schadstoffarm, ressourcenschonend und sparsam.
- kommuniziert seine Erkenntnisse und Fortschritte in der Branche und an andere interessierte Berührungsgruppen.

Berichtsfragen

- Welche negativen Umweltwirkungen in Bezug auf Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse?
- Welche Daten zu den wesentlichen Umweltwirkungen (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?
- Wie werden Umweltdaten veröffentlicht?

Verpflichtende Indikatoren

Entsprechend dem Tätigkeitsfeld des Unternehmens sind relevante Umweltkonten zu berichten:

Umweltkonto	gemessen in
Ausstoß klimawirksamer Gase	kg
Transporte (und deren CO_2-Äquivalent)	km bzw. kg
Benzinverbrauch (und dessen CO_2-Äquivalent)	Liter bzw. kg
Stromverbrauch (und dessen CO_2-Äquivalent)	kWh bzw. kg
Gasverbrauch (und dessen CO_2-Äquivalent)	kWh bzw. kg
Heizenergie (in Bezug auf die jeweilige Durchschnittstemperatur)	kWh/°C
Verbrauch von Trink- und Regenwasser	m^3
Chemikalienverbrauch (giftig, ungiftig)	kg
Papierverbrauch	kg
Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien	kg
Kunstlichteinsatz	Lumen, kwh
Schadstoffemissionen	kg

Die jeweiligen Messwerte sollten auf betrieblich relevante Kenngrößen umgelegt werden (z.B. kg CO_2 pro mitarbeitender Person oder bezogen auf den Umsatz). Die Bezüge können dann zur Überprüfung der Erreichung des Ziels „Reduzierung" genutzt werden.

Bewertungsstufen



Vorbildlich
Das Unternehmen veröffentlicht für die Umweltkonten Daten und tritt mit den Ergebnissen in Kooperation zu anderen Unternehmen der Branche.

Erfahren
Das Unternehmen ermittelt darüber hinaus Daten für alle Umweltkonten und hat langfristige und erfolgreiche Reduktions- bzw. Substitutionsstrategien.

Fortgeschritten
Das Unternehmen kennt seine Ressourcennutzung und Emissionen sowie den ökologischen Fußabdruck, erhebt Kennzahlen zu den wesentlichen Umweltkonten und verfügt über Optimierungsstrategien.

Erste Schritte
Das Unternehmen unternimmt erste Schritte zur Identifikation der wesentlichen ökologischen Auswirkungen.

Basislinie
Im Unternehmen sind Umweltwirkungen zwar bekannt, jedoch liegen keine Kennzahlen vor und wurden keine Maßnahmen gesetzt.

Bewertungshilfen/Interpretationen

Für die Bewertung sind die absoluten Umweltauswirkungen zu beachten. Der jeweilige Branchenhintergrund, der Stand der Technik sowie die jeweilige Gesetzeslage vor Ort werden herangezogen und führen zu den Einstufungen bei den Bewertungen.

Eine Auswirkung ist dann wesentlich, wenn sie zu den drei größten Umweltauswirkungen im Unternehmen gehört oder wenn 50 % der gesetzlichen Grenzwerte erreicht oder überschritten werden.

E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Wenn durch die unternehmerischen Aktivitäten unangemessene Eingriffe in Ökosysteme erfolgen oder gegen Umweltauflagen verstoßen wird, entsteht ein gesellschaftlicher Schaden, dem kein adäquater Nutzen gegenübersteht.

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es nicht gegen Umweltauflagen verstößt bzw. die Umwelt nicht unangemessen belastet?

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

VOLL- UND KOMPAKTBILANZ ZUR GEMEINWOHL-MATRIX 5.1

Arbeitsbuch zur Berichterstattung und transformativen Organisationsentwicklung



Stand 17.2.2025

Impressum

Herausgeber: Gemeinwohl-Ökonomie Deutschland e. V.
Autor: Matrix-Entwicklungsteam
Datum: August 2024

Basierend auf ehrenamtlichen, gemeinnützigen Beiträgen.
Freiwillige Beiträge: Angela Drosg-Plöckinger, Carlos Adolfo Viale, Carlos Lopez-Monllor, Christine Unterrainer, Gerd Hofielen, Karla Schimmel, Lea Strub, Lutz Knakrügge, Manfred Blachfellner, Marta Avesani, Moritz Teriete, Regina Sörgel, Sigrid Koloo, Susanna Mur, Ulrich Rücker
Mit Dank an: Achim Knöchel, Christian Felber, Christian Loy, Christian Rüther, Christoph Spahn, Dominik Sennes, Eva Wagner, Isabella Klien, Karsten Hoffmann, Lars Schönbörner, Monika Culka, Pedro Olazabal, Peter Frank, Sandra Paul, Susanna Fieber, Ulrike Reimann

Grafik: cardamom
Quellenangabe: Arbeitsbuch Voll- und Kompaktbilanz zur Gemeinwohl-Matrix 5.1, Matrix-Entwicklungsteam, 2024, Gemeinwohl-Ökonomie Deutschland e. V.

Arbeitsbuch Voll- und Kompaktbilanz zur Gemeinwohl-Matrix 5.1 © 2024 by Gemeinwohl-Ökonomie Deutschland e. V. is licensed under Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International. To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/

Vorwort

Dieses Arbeitsbuch stellt das wichtigste praktische Instrument der Gemeinwohl-Ökonomie-Bewegung dar. Die Gemeinwohl-Matrix ist eine Handreichung für zukunftsfähige Organisationen. Sie bietet einen transparenten und strukturierten Rahmen zur Beschreibung und Bewertung des ganzheitlichen Beitrags zum Gemeinwohl. Basierend auf 20 Themen beschreiben und bewerten Organisationen ihr Engagement für das Gemeinwohl. Dieses Arbeitsbuch begleitet den mitunter komplexen Weg von Organisationen hin zur Ausrichtung ihres Managements, ihrer Strategie, ihrer Produktentwicklung, Betrieb, Unternehmensführung und Eigentumsstruktur an den vier Grundwerten der Gemeinwohl-Ökonomie-Bewegung: Menschenwürde, Solidarität und soziale Gerechtigkeit, ökologische Nachhaltigkeit, Transparenz und Mitbestimmung.

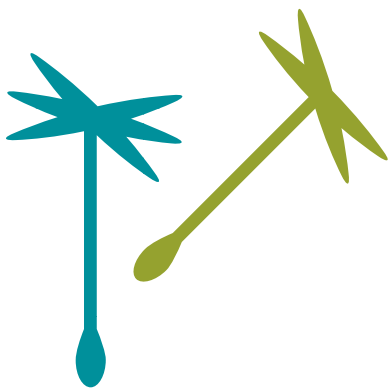
Ethik in der Wirtschaft ist kein abstraktes Konzept; sie kann bewertet, sogar gemessen, verglichen und verbessert werden, sodass Organisationen einen realen, greifbaren Beitrag zum Gemeinwohl und für eine nachhaltige Gesellschaft leisten.

Durch die Arbeit von ECOnGOOD und im Laufe der Zeit haben wir bewiesen, dass es nicht nur möglich, sondern unerlässlich ist, relevante, genaue und zuverlässige Daten zu erhalten und konkrete Schritte für einen besseren Weg zu formulieren in unserer sich rasch entwickelnden sozio-ökonomischen und politischen Landschaft.

Die Gemeinwohl-Matrix muss sich anpassen und weiterentwickeln, um relevant und wirksam zu bleiben. Die Einführung der Matrix 5.1 ist der Beginn unserer Antwort auf die neuen Herausforderungen und Möglichkeiten, die sich vor allem im Kontext der EU-Richtlinie über die Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen (CSRD), der Due Diligence Directive (CSDDD), der EU-Taxonomie und der Sustainable Finance Strategy für Organisationen ergeben. Gleichzeitig wurde der Weg zur Konvergenz der internationalen Nachhaltigkeits-Berichterstattungsstandards und -praktiken begonnen. Wir werden uns weiterhin proaktiv an diesem Prozess beteiligen und unsere Angebote weiterentwickeln.

Seit unserer Gründung haben wir uns von einer Graswurzelbewegung „Gemeinwohl-Ökonomie – Economy for the Common“ zu einer globalen Organisation („ECOnGOOD“) entwickelt, die den Diskurs über Unternehmenszweck und Nachhaltigkeit mitgestaltet. Unser Weg ist von bahnbrechenden Innovationen geprägt, interdisziplinärer Zusammenarbeit, praktischen Anwendungen und ständigem Lernen.

Die Matrix ist das Herzstück unserer praktischen Instrumente („Real-Life-Prototypen“), die wir von der Mikro- über die Meso- bis zur Makroebene der Wirtschaft zur Verfügung stellen:
Für Finanzwirtschaft, Profit-orientierte Unternehmen und gemeinnützige Organisationen schaffen wir Nachhaltigkeitsrahmen für die gesamte Wirtschaft.



Im Laufe der Jahre hat die Gemeinwohl-Bewegung ein umfassendes Portfolio von Instrumenten, konzeptionellen Rahmen und anderen Ressourcen geschaffen. Diese sind darauf ausge-

richtet, die Leistung zu bewerten und die Rechenschaftspflicht verschiedener Akteure gegenüber den Menschen, der Gesellschaft und dem Planeten zu erhöhen, darunter Start-ups, Unternehmen, Finanzinstitute, Kommunen, nationale Behörden, Gruppen und Einzelpersonen. Unsere Instrumente helfen dabei, dass all diese Akteure ihren Teil zum Erhalt unserer Umwelt beitragen und ihre Beiträge zur Stärkung der Demokratie, der Erhöhung des sozialen Zusammenhalts und des gesellschaftlichen Wohlergehens transparent werden.

- Gemeinwohl-Bilanz: ein ganzheitliches Instrument zur Bewertung des Beitrags einer Organisation zum Gemeinwohl. Es bewertet verschiedene Aspekte der Tätigkeit einer Organisation, einschließlich Menschenwürde, Solidarität, soziale Gerechtigkeit und ökologische Nachhaltigkeit. Es kann von Unternehmen angewandt werden, von Bildungseinrichtungen bis hin zu Universitäten, Fachleuten aus der Praxis oder Gemeinden.
- ECOnGOOD-Label: ein Zertifizierungssiegel, das an qualifizierte Organisationen in verschiedenen Sektoren vergeben wird. Es dient als Anerkennungszeichen für ihr Engagement für soziale, ethische und ökologische Themen und ermöglicht Transparenz, indem die Ergebnisse und die Punktzahl ihres ECOnGOOD-geprüften Gemeinwohl-Berichts in Echtzeit über einen QR-Code angezeigt werden.
- ECOnGOOD Business Canvas: ein strategisches Planungsinstrument für neue oder aufstrebende Organisationen, im Wesentlichen Start-ups, um ihren Zweck und ihren Beitrag zum sozial-ökologischen Wandel in und mit ihrem Geschäftsmodell zu verankern.
- Gemeinwohl-Bankkonto: ein Basisprodukt für Banken, die in den Bereich des nachhaltigen Finanzwesens einsteigen, oder, wie wir es nennen: ins Common-Good-Banking.
- Gemeinwohl-Produkt und -Index: ein innovativer Indikator, der von politischen Entscheidungsträgern und der Gesellschaft genutzt werden kann. Von Städten bis hin zu Nationen anwendbar, um die Grenzen des BIP zu überwinden. Dank einer partizipativen Bürgerbeteiligung ist es möglich, das Wohlbefinden von Mensch und Natur zu definieren, zu messen und direkt dieses Wohlbefinden von Mensch und Natur in den Mittelpunkt zu stellen, statt den Umweg maßlosen materiellen Wachstums auf einem begrenzten Planeten zu gehen.

Die Gemeinwohl-Bilanz und das ECOnGOOD-Label erleichtern die Erfassung und Berücksichtigung relevanter Daten und die Einhaltung der CSRD und CSDDD, aber sie gehen darüber hinaus. Sie stellen einen Entwurf dar für die Einbeziehung der Nachhaltigkeit in die Kerntätigkeit, Strategie und Unternehmensführung. Mit der Matrix 5.1 hoffen wir, Institutionen dazu zu inspirieren, ein tief verwurzeltes Engagement anzustreben, um ein gesundes und glückliches Leben für alle Menschen und Arten auf unserem einzigartigen Planeten zu gewährleisten.

Es ist uns eine Freude, die Common-Good-Matrix 5.1 vorzustellen.

Inhalt

1. Einleitung **9**

1.1. Das Arbeitsbuch verstehen 9
1.2. Gemeinwohl-Matrix und Gemeinwohl-Bilanz 9
1.3. Arten der Bilanz 10
1.4. Einen Bericht erstellen 11
1.5. Bewertung der Auswirkungen auf das Gemeinwohl 11
1.6. Vergabe von Gemeinwohl-Punkten 13
1.7. Neuerungen der Matrix 5.1 14
1.8. ECOnGOOD-Label 15

2. Berührungsgruppen **16**

A. Lieferant*innen 16
B. Eigentümer*innen, Eigenkapital- und Finanzpartner*innen 16
C. Mitarbeitende und Arbeitspartner*innen 17
D. Kund*innen und Geschäftspartner*innen 17
E. Globale Gemeinschaft, Natur und Lebewesen 17

3. Werteverständnis **19**

Menschenwürde 19
Solidarität und soziale Gerechtigkeit 19
Ökologische Nachhaltigkeit 20
Transparenz und Mitentscheidung 23

4. Der Sinn einer Organisation **25**

A1 Menschenwürde in der gesamten Lieferkette **29**

A1.1 Arbeitsbedingungen und soziale Auswirkungen in der Lieferkette 29
A1.2 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Lieferkette 31

A2 Solidarität und soziale Gerechtigkeit in der gesamten Lieferkette **33**

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen mit Direktlieferant*innen 33
A2.2 Faire und gerechte Geschäftspraktiken entlang der gesamten Lieferkette 35
A2.3 Negativaspekt: Missbrauch von Marktmacht gegenüber Lieferant*innen 37

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der gesamten Lieferkette 39

A3.1 Umweltauswirkungen entlang der Lieferkette 39
A3.2 Negativaspekt: Unverhältnismäßige Umweltbelastungen in der Lieferkette 41

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Lieferkette 43

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen 43
A4.2 Positiver Einfluss auf Transparenz und Mitentscheidung entlang der Lieferkette 45

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln 48

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung 48
B1.2 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung für Selbstverwaltungsorganisationen 52
B1.3 Gemeinwohl-orientierte Fremdfinanzierung 54
B1.4 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen 55

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln 58

B2.1 Solidarische und Gemeinwohl-orientierte Mittelverwendung 59
B2.2 Negativaspekt: Ungerechte Mittelverteilung 63

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung 66

B3.1 Soziale und ökologische Qualität der Investitionen 66
B3.2 Gemeinwohl-orientierte Finanzanlagen 69
B3.3 Negativaspekt: Abhängigkeit von sozial oder ökologisch bedenklichen Ressourcen 70

B4 Eigentumsstruktur und Mitentscheidung 72

B4.1 Transparenz und Mitentscheidung 73
B4.2 Gemeinwohl-orientierte Eigentumsstruktur 76
B4.3 Negativaspekt: Feindliche Übernahme 78

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz und im Arbeitsumfeld 80

C1.1 Mitarbeitenden-orientierte Organisationskultur 80
C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitssicherheit 82
C1.3 Diversität und Chancengleichheit 84
C1.4 Negativaspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen 86

C2 Gestaltung fairer und gerechter Arbeitsvereinbarungen 87
C2.1 Vergütungsstruktur 87
C2.2 Arbeitszeitgestaltung 89
C2.3 Arbeitsmodelle 91
C2.4 Negativaspekt: Ungerechte Arbeitsvereinbarungen 93

C3 Umweltfreundliches Verhalten der Mitarbeitenden 95
C3.1 Verpflegung während der Arbeitszeit 95
C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz 97
C3.3 Umweltbewusste Organisationskultur 99
C3.4 Negativaspekt: Duldung umweltschädlicher Praktiken 101

C4 Mitentscheidung und Transparenz innerhalb der Organisation 103
C4.1 Transparenz innerhalb der Organisation 103
C4.2 Legitimation der Führungskräfte 105
C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden 106
C4.4 Negativaspekt: Behinderung des Betriebsrats 108

D1 Ethische Beziehungen mit Kund*innen 110
D1.1 Beachtung der Menschenwürde in der Kommunikation mit Kund*innen 110
D1.2 Barrierefreier Zugang 112
D1.3 Negativaspekt: Unethische Werbung 114

D2 Kooperation und Solidarität mit anderen Organisationen 116
D2.1 Kooperation mit anderen Organisationen 116
D2.2 Solidarität mit anderen Organisationen 118
D2.3 Negativaspekt: Missbrauch von Marktmacht zum Nachteil anderer Organisationen 120

D3 Umweltauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen während der Nutzung und am Ende ihrer Lebensdauer 122
D3.1 Zirkularität und Ökoeffizienz von Produkten und Dienstleistungen: das ökologische Kosten-Nutzen-Verhältnis 123
D3.2 Suffizienz: Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen 126
D3.3 Negativaspekt: Untätigkeit bei unverhältnismäßigen Umweltauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen 129

D4 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz 131

D4.1 Kund*innenmitwirkung bei Produktentwicklung und Marktforschung 131
D4.2 Produkt- und Dienstleistungstransparenz 133
D4.3 Negativaspekt: Nichtoffenlegung gefährlicher Stoffe 137

E1 Sinn von Produkten und Dienstleistungen und Auswirkungen auf Gesellschaft, Natur und Lebewesen 138

E1.1 Grundbedürfnisbefriedigung und der Beitrag zu einem guten Leben 139
E1.2 Gesellschaftliche Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen 142
E1.3 Negativaspekt: Unethische und menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen 145

E2 Beitrag zum Gemeinwesen 147

E2.1 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens 147
E2.2 Negativaspekt: Illegitime Steuervermeidung 150
E2.3 Negativaspekt: Mangelnde Korruptionsprävention 152

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen 154

E3.1 Absolute Auswirkungen und Managementstrategie 154
E3.2 Relative Auswirkungen 158
E3.3 Negativaspekt: Verstoß gegen Umweltschutzbestimmungen und unverhältnismäßige Umweltbelastung 159

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung 162

E4.1 Transparenz und Demokratiebildung 163
E4.2 Gesellschaftliche Mitentscheidung 166
E4.3 Negativaspekt: Intransparenz und gezielte Falschinformation 169

Abschließende Bemerkung 170

1. Einleitung

1.1. Das Arbeitsbuch verstehen

Dieses Arbeitsbuch hilft Unternehmen und anderen Organisationen bei der Erstellung eines Gemeinwohl-Berichts. Es enthält alles, was Sie zum Verständnis der Themen und Aspekte der Gemeinwohl-Matrix benötigen, und ermöglicht es Ihnen, Ihren eigenen Gemeinwohl-Bericht zu verstehen, zu bewerten und zu erstellen. Es richtet sich an Beratende und Auditor*innen, aber auch Neueinsteiger können ihr Verständnis vertiefen. In den Hintergrundinformationen finden Sie Arbeitsbeispiele und deren Bewertungen. Sie finden die „Hintergrundinformationen Matrix 5.1" auf derselben Internet-Seite wie dieses Arbeitsbuch.

In diesem Arbeitsbuch werden die Begriffe „Thema" und „Aspekt" verwendet. Thema bezieht sich auf eine Gemeinwohl-Matrixzelle (z. B. A1). Aspekt bezieht sich auf ein Unterthema (z. B. A1.1).

1.2. Gemeinwohl-Matrix und Gemeinwohl-Bilanz

Die Gemeinwohl-Matrix ist ein Rahmenwerk zur Bewertung von Geschäftsaktivitäten und eine Hilfestellung für die Organisationsentwicklung. Sie beschreibt 20 Gemeinwohl-Themen und gibt Hinweise, wie Organisationen anhand von Gemeinwohl-Prinzipien bewertet werden können. In der Matrix sind Berührungsgruppen in Zeilen und Gemeinwohl-Wertesäulen in Spalten angeordnet. Mit der Matrix ist es möglich, jede Berührungsgruppe für jeden Wert zu bewerten.

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 GESCHÄFTS-PARTNER*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

Ein Gemeinwohl-Bericht bewertet den Beitrag einer Organisation zum Gemeinwohl. Die Erstellung eines Gemeinwohl-Berichts ist Teil des Berichtsprozesses. Er enthält eine Beschreibung, wie sich die Aktivitäten der Organisation auf jedes der 20 Gemeinwohl-Themen beziehen, indem die Berichtsfragen beantwortet und die in diesem Handbuch dargelegten Verifizierungsindikatoren bewertet werden. Dadurch wird gezeigt, wie weit jeder Wert innerhalb der Organisation entwickelt ist. Für jedes Thema beschreibt dieses Arbeitsbuch, wie die einzelnen Werte auf die jeweilige Berührungsgruppe zutreffen.

Das Gemeinwohl-Testat dokumentiert die Bewertung der einzelnen Themen, vergibt eine Gesamtpunktzahl (Gemeinwohl-Punkte) und stellt die Ergebnisse im Matrix-Layout dar (eine kompakte Übersicht auf einer A4-Seite). Das Gemeinwohl-Testat wird von Auditor*innen der Gemeinwohl-Organisation vergeben.

Gemeinwohl-Bericht und -zertifikat bilden gemeinsam die Gemeinwohl-Bilanz.

Mithilfe der Berichtsvorlage können Gemeinwohl-Berichte erstellt und Gemeinwohl-Punkte mit dem Bilanzrechner oder dem Onlinetool (e-calc) berechnet werden.

1.3. Arten der Bilanz

Es gibt zwei Arten von Gemeinwohl-Bilanzen:

- Die Vollbilanz gliedert alle Themen in verschiedene Aspekte und wird von mittleren und großen Organisationen ab der zweiten und für nachfolgende Bilanzen benötigt.
- Die Kompaktbilanz bietet eine kürzere Zusammenfassung aller Themen. Kleine Organisationen können diese Version dauerhaft nutzen. Organisationen mit 11 bis 50 Mitarbeitenden (bzw. deren Vollzeitäquivalenten) können sie zweimal anwenden. Große Organisationen können sie für ihren ersten Bericht anwenden.

Mit der Matrix-Version 5.1 steht erstmals ein international einheitliches Arbeitsbuch auch für die Kompaktbilanz zur Verfügung. Um eine Vollbilanz zu erstellen, sind einige „Fragen zur Berichterstellung“ und „Verifizierungsindikatoren“ jedes Themas und Aspekts mit dem Kürzel „VB“ für „Voll-Bilanz“ gekennzeichnet. Diese Fragen und Verifizierungsindikatoren sind für die Vollbilanz der Matrix 5.1 zusätzlich zu berichten.

Nicht gekennzeichnete Fragen und Verifizierungsindikatoren sind sowohl in der Kompakt- als auch in der Vollbilanz anzugeben.

Die Kompaktbilanz dient vielen Organisationen als erster Einstieg in die Gemeinwohl-Berichterstattung. Sie stellt geringere Anforderungen an den Gemeinwohl-Bericht und hat eine geringere Detailtiefe bei einzelnen Fragen und Verifizierungsindikatoren. Eine Übersicht über die Datenpunkte der Vollbilanz und der Kompaktbilanz:

Datenpunkte	Vollbilanz	Datenpunkte	Kompaktbilanz	DP Reduktion	Verifizierungs-indikatoren	Fragen	Check
A-row	60	A-row	36	24	5	19	24
B-row	91	B-row	81	10	3	7	10
C-row	99	C-row	92	7	2	5	7
D-row	94	D-row	72	22	13	9	22
E-row	130	E-row	105	25	8	17	25
Total	**474**		**386**	88	31	57	88
Prozent	100		81.4	18.6	35.2	64.8	100.0

Grundsätzlich gilt bei der Berichterstellung der Grundsatz der Verhältnismäßigkeit der Anforderungen. Das heißt, dass bei der Prüfung der Berichte die Größe und der Einfluss einer berichtenden Organisation berücksichtigt werden. Fragen und Indikatoren, die weder in der Vollbilanz noch in der Kompaktberichterstattung auf eine Organisation zutreffen, sollten mit „trifft nicht zu" beantwortet werden.

1.4. Einen Bericht erstellen

Ein Gemeinwohl-Bericht besteht aus relevanten Aussagen zu allen Themen. Die Beschreibungen müssen inhaltlich nachvollziehbar sein und auf belegbaren Zahlen, Daten und Fakten basieren. Die Einstiegsfragen zu jedem Thema im Arbeitsbuch sind eine Einführung, während sich die Berichtsfragen direkt auf die Informationen beziehen, die für eine Bewertung erforderlich sind. Es wird dringend empfohlen, die Gemeinwohl-Berichtsvorlage zu verwenden, da diese Ihnen dabei hilft, den Bericht im richtigen Format vorzubereiten.

Jeder Verifizierungsindikator sollte beantwortet werden. Wird ein Indikator nicht beantwortet, sollten die Gründe für das Weglassen im Bericht erläutert werden. Wenn für Verifizierungsindikatoren keine Daten verfügbar sind, können andere Indikatoren verwendet werden. Der Grund hierfür sollte erläutert werden.

Neben den Verifizierungsindikatoren entscheidet die Organisation selbst, welche Inhalte sie einbezieht und wie detailliert diese formuliert werden. Eine klare und umfassende Darstellung erleichtert die spätere Prüfung des Berichts. Auditor*innen stellen bei der Prüfung sicher, dass die Qualitätsstandards der Berichte eingehalten werden und die Vergleichbarkeit gewahrt bleibt. Sie können auch detailliertere Informationen anfordern.

Der Berichtszeitraum umfasst zwei Jahre. Die Organisation entscheidet, ob sie nach Kalenderjahr oder Geschäftsjahr berichten möchte.

1.5. Bewertung der Auswirkungen auf das Gemeinwohl

Ziel der Bewertung ist es, die Auswirkungen der Aktivitäten einer Organisation auf das Gemeinwohl aufzuzeigen. Im Rahmen des Prozesses ordnet sich die Organisation auf einer Skala von „Basislinie" bis „Vorbildlich" ein. Dies ist jedoch keine Messung, sondern vielmehr ein Mittel, um anhand von Gemeinwohl-Werten die Aktivitäten einer Organisation und ihre Auswirkungen auf jede der Berührungsgruppen der Matrix zu bewerten.

Die Bewertung wird für jeden Aspekt gemäß dem Abschnitt „Bewertungsstufen" vorgenommen, der in jedem Aspekt vorgeschlagen wird. Die Bewertungsstufen umfassen 5 Ebenen: Basislinie, Erste Schritte, Fortgeschritten, Erfahren und Vorbildlich. Jede wird in ihrer spezifischen Ausprägung gemäß dem konkreten Aspekt beschrieben. Darüber hinaus wird für alle Aspekte eine Basislinie angegeben, die das erforderliche Mindestmaß Gemeinwohl-orientierten Wirtschaftens für eine Gemeinwohl-Organisation beschreibt. In vielen Fällen wird dies gemäß den bestehenden gesetzlichen Normen definiert, in einigen Fällen geht es jedoch darüber hinaus. Informationen und Interpretationshilfen stehen zur Verfügung, um den Bewertungsprozess zu unterstützen. Dazu gehört eine Liste von Indikatoren und Kriterien, die zur Zuweisung und Be-

gründung von Bewertungsstufen verwendet werden können. Diese finden Sie im Abschnitt „Bewertungshilfen" und im Abschnitt „Verifizierungsindikatoren" eines jeden Aspekts. Die Indikatoren werden benötigt, um zu überprüfen, was in der Beschreibung steht, und um die Bewertung zu begründen.

Bei einer Evaluation werden die Stufen nach einer Bewertungsskala, den „Evaluationsstufen", vergeben: Erste Schritte, Fortgeschritten, Erfahren und Vorbildlich. Die Zuordnung zu einer Evaluationsstufe geschieht durch die Einbeziehung aller relevanten Informationen und Indikatoren und deren Gesamtbetrachtung. Jede Stufe baut auf der vorhergehenden auf und das Erreichen der vorhergehenden Stufe ist Voraussetzung für eine höhere Stufe. Um beispielsweise die Stufe „Erfahren" zu erreichen, müssen alle Kriterien der Stufe „Fortgeschritten" erfüllt sein. Diese Regel ist jedoch pragmatisch auszulegen. Kleinere Abweichungen führen nicht zwangsläufig zu einer Herabstufung. Jede Evaluationsstufe wird mit einer Punktzahl versehen, die davon abhängt, wie weit sich die Organisation in ihrer Gemeinwohl-Orientierung bei diesem Thema bereits entwickelt hat und in welchem Ausmaß die Kriterien für die jeweilige Stufe erfüllt wurden.

Bewertungsstufe	Punktzahl
Vorbildlich	7 – 10
Erfahren	4 – 6
Fortgeschritten	2 – 3
Erste Schritte	1
Basislinie	0

Die Gesamtpunktzahl ergibt sich aus der Summe der Einzelpunkte der einzelnen Themen.

Bewertungsstufe	Bedeutung
Vorbildlich	*„Gute Ergebnisse und Auswirkungen – positiver Wandel in der Gesellschaft".* Es wurden innovative, visionäre Lösungen für die größten Herausforderungen der Menschheit umgesetzt (z. B. Beseitigung der Armut, Lösung des Klimawandelproblems, Frieden …). Ergebnisse und Auswirkungen werden evaluiert. Daten bestätigen, dass die ergriffenen Maßnahmen im Hinblick auf positive Veränderungen wirksam sind.
Erfahren	*„Gutes systematisches Handeln".* Pilotprojekte werden zu langfristigen Strategien und Maßnahmen und/oder auf die gesamte Organisation ausgeweitet. Ergebnisse und Auswirkungen werden gemessen (höchste Stufenbewertung) und dienen zur Entwicklung weiterer Verbesserungen.

Fortgeschritten	*„Gute Aktion“*. Vom Gedanken zur Tat. Es werden Pilotprojekte und -aktionen gestartet, um das Thema zu verbessern. Ein Pilotprojekt kann auch nur einen Teil der Organisation einbeziehen.
Erste Schritte	*„Guter Wille“*. Umfassende Informationsbeschaffung zum Thema, insbesondere zu Risiken, intensive Diskussionen, aufrichtiges Engagement für eine Verbesserung des Themas.
Basislinie	*„Business as Usual“*. Die Organisation unternimmt nichts in Bezug auf das Thema. Normalerweise entspricht dieses Verhalten der Einhaltung der Gesetze. Die rechtlichen Rahmenbedingungen können jedoch von Land zu Land unterschiedlich sein und strenge oder gar keine Vorschriften beinhalten.

Vollbilanz

- Jeder Aspekt wird auf einer Skala von 0 bis 10 bewertet und entsprechend seiner relativen Bedeutung innerhalb des Themas (niedrig/mittel/hoch/sehr hoch) gewichtet.
- Jedes Thema wird mit dem Bilanzrechner oder einem Online-Tool (e-calc, externe Anbieter) bewertet. Dabei werden alle Bewertungen der einzelnen Aspekte automatisch nach ihrer relativen Gewichtung zusammengefasst. Je wichtiger ein Aspekt für das Gemeinwohl ist, desto höher ist sein Gesamtwert innerhalb des Themas. Der Gesamtwert eines Themas wird auf einer Skala von 0 bis 10 bewertet.

Die Gemeinwohl-Matrix bietet ein gewisses Maß an Flexibilität, sodass Unternehmen und Organisationen ihren eigenen Beitrag zu ihrer Weiterentwicklung leisten können. Sie werden ermutigt, ihre eigenen Wege und Mittel zur Umsetzung der Gemeinwohl-Werte zu finden. Dazu beginnt jedes Thema mit einer allgemeinen Frage: „Wie kann ich oder meine Organisation Wert X in Bezug auf Berührungsgruppe Y am besten erfüllen und fördern?“ Die Matrix bietet für alle Themen und Aspekte konkrete Anleitungen. Dazu gehören klare Ziele (z. B. konsensuale Entscheidungsfindung in der Organisation) und Beispiele für deren Umsetzung (z. B. systemischer Konsens). Organisationen können jedoch auch eigene vergleichbare Umsetzungsschritte entwickeln. Auf diese Weise erhalten Organisationen Raum für Kreativität und Gemeinwohl-Auditor*innen Spielraum bei der Bewertung.

1.6. Vergabe von Gemeinwohl-Punkten

Neben der Bewertung der einzelnen Themen erfolgt eine Gesamtbewertung durch die Vergabe von Gemeinwohl-Punkten. Diese Gemeinwohl-Punkte könnten zukünftig im Hinblick auf rechtliche Konsequenzen und Vorteile aus der Veröffentlichung einer geprüften Gemeinwohl-Bilanz von Bedeutung sein.

Die maximale Anzahl an Gemeinwohl-Punkten, die erreicht werden können, beträgt 1.000, die Mindestpunktzahl beträgt -3.600. Die Gemeinwohl-Bilanz wurde für Organisationen aller Branchen, Größen und Rechtsformen entwickelt – von Non-Profit-Organisationen und kleinen und mittleren Familienunternehmen bis hin zu börsennotierten Unternehmen und akademischen Einrichtungen. Diese Organisationen spielen sehr unterschiedliche Rollen in der Gesell-

schaft, daher sind auch die mit ihren jeweiligen Aktivitäten verbundenen Risiken unterschiedlich. Eine variable Gewichtung der Themen spiegelt diese Unterschiede in Branche, Umfang und Größe der Organisationen wider.

Als Ausgangspunkt wird jedem der 20 Themen eine gleich hohe Punktzahl von 50 Punkten zugeordnet. Um die Gesamtpunktzahl zu ermitteln, passt der Bilanzrechner die Gewichtung der einzelnen Themen anhand der folgenden Faktoren an:

- Größe der Organisation
- Finanzströme von und zu Lieferant*innen, Investor*innen und Mitarbeitenden
- Soziale Auswirkungen der wichtigsten Vorprodukte in ihrem Ursprungsland
- Wirtschaftsbranche bzw. der Industriesektor und die damit verbundenen ökologischen und sozialen Risiken

Die Gesamtpunktzahl bleibt dabei gleich, die Gewichtung der einzelnen Themen wird jedoch entsprechend ihrer Relevanz für die Organisation angepasst.

1.7. Neuerungen der Matrix 5.1

Wenn Sie bereits einen Gemeinwohl-Bericht auf der Grundlage einer früheren Version der Matrix erstellt haben, beachten Sie bitte, dass einige Aspekte in andere Themen verschoben und neue Aspekte hinzugefügt wurden. Dies ist eine Reaktion auf das Feedback, das nach mehr Klarheit und logischer Konsistenz verlangte, sowie der Sicherstellung der Einhaltung von EU-Richtlinien, internationalen Abkommen (z. B. Treibhausgasprotokoll) und des wissenschaftlichen Fortschritts geschuldet.

Berichte und Bewertungen, die mit Version 4.1 oder früheren Versionen der Matrix erstellt wurden, sind in Bezug auf das Ergebnis der Gemeinwohl-Punkte nicht direkt vergleichbar. Die Änderungen in der Matrix-Version 5.1 wurden so gestaltet, dass sie im Vergleich zur Matrix 5.0 nur geringe Auswirkungen auf die Bewertung haben sollten. Es können jedoch kleinere Änderungen in der endgültigen Bewertung auftreten, da Fragen und Indikatoren klarer sind und daher auch die Bewertung beeinflusst werden könnte.

Einzelheiten zu den Änderungen in den einzelnen Themen werden in den Hintergrundinformationen ausführlich beschrieben und im Folgenden zusammengefasst:

- Integration des Änderungspapiers 2020 in das Arbeitsbuch.
- Der „Sinn“ der Organisation und ihres Handelns wurde in der Einleitung als neues Thema der Matrix eingeführt. Berichtsfragen und Indikatoren sind Teil des neuen Themas, fließen jedoch nicht in die endgültige Bewertung ein.
- Präzisierung der Beschreibungen des Stufenmodells und Harmonisierung der Bewertungsstufen.
- Harmonisierung der Berichtsfragen, Indikatoren und Bewertungsstufen, wenn dadurch nur geringfügige Änderungen in der Bewertung folgen sollten.
- Änderungen zur Verbesserung der Klarheit in der Formulierung und des gemeinsamen Verständnisses.
- Integration von Feedback von Beratenden, Berührungsgruppen und Auditor*innen, sofern es keinen Einfluss auf die Bewertung hat.

- Das Kapitel „E2.1 Steuern und Sozialabgaben“ in der Version 5.0 wurde ersatzlos gestrichen, da Steuern und Sozialabgaben bereits rechtlich bindend sind und Organisationen hier wenig Spielraum haben. Damit rücken die nachfolgenden Kapitel in E2 um einen Zähler nach oben. Um Steuern und Sozialabgaben zu berücksichtigen, wurden in E2 die „nationalen gesetzlichen Abgaben“ als Verifizierungsindikator aufgenommen und als Referenz in die Bewertungsstufen eingefügt.
- Das Konzept der Zirkularität, der Lebenszyklusansatz und eine Biodiversitätsdefinition wurden im Einführungsabschnitt „Ökologische Nachhaltigkeit“ zu den Werten erläutert.
- Kompakt- und Vollbilanz als einheitliches, aufeinander aufbauendes Dokument, das den Einstieg in die Vollbilanz vereinfacht und die Kompaktbilanz international einheitlich verfügbar macht.

1.8 ECOnGOOD-Label

Das ECOnGOOD-Label ist ein Nachhaltigkeitsstandard, der über herkömmliche Zertifizierungen hinausgeht und soziale, ethische und ökologische Faktoren berücksichtigt. Diese umfassende Perspektive bewertet die tatsächlichen Auswirkungen der Geschäftstätigkeit, des Managements und der Lieferketten eines Unternehmens und liefert eine transparente Bewertung auf der Grundlage der Gemeinwohl-Matrix. Das Label hilft Konsument*innen, Investor*innen, Geschäftspartner*innen, (potenziellen) Mitarbeitenden und der Gemeinschaft eine Organisation, hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeit einzuschätzen, indem es klare, evidenzbasierte Informationen bietet und Echtzeit-Transparenz durch einen QR-Code, der mit der Gemeinwohl-Bilanz des Unternehmens verknüpft ist.

Es gibt strenge Kriterien für die Eignung einer Organisation, um das Label tragen zu können:
- Zugehörigkeit zu einem nationalen oder regionalen Gemeinwohl-Ökonomie-Verein/ECOnGOOD-Verein
- Erstellung einer Vollbilanz mit positivem Ergebnis
- Aktuell gültiger Audit-Bericht (weniger als zwei Jahre alt)
- Registrierung in der ECOnGOOD-Auditdatenbank

Durch die Erfüllung dieser Anforderungen und die Kennzeichnung mit dem ECOnGOOD-Label zeigen Unternehmen ihr Engagement für nachhaltige und ethische Praktiken und ermöglichen es Verbrauchern, Investoren und politischen Entscheidungsträgern, fundierte Entscheidungen zu treffen, die verantwortungsvolle Geschäftsmodelle unterstützen.

2. Berührungsgruppen

Im Folgenden werden die Berührungsgruppen beschrieben.

A. Lieferant*innen

Zu dieser Gruppe gehören sowohl Einzelpersonen, Organisationen und Unternehmen, die die Organisation direkt beliefern, als auch indirekte Lieferant*innen, also die gesamte Lieferkette. Alle Produkte und Dienstleistungen, die von anderen bezogen werden, werden bewertet. Jede Organisation kann bei Einkaufsentscheidungen Mitverantwortung für ihre Lieferant*innen übernehmen, zum Beispiel durch die Auswahl der Lieferant*innen, durch vertragliche Regelungen, und hat so einen gewissen Einfluss auf ihre Geschäftspartner*innen.

Wie diese gemeinsame Verantwortung in die Praxis umgesetzt wird, hängt von den Kräfteverhältnissen auf dem Markt und der Entfernung dieses Glieds in der Lieferkette von einer Organisation ab. Es ist wichtig, die Beschaffungsverfahren in der gesamten Lieferkette besonders aufmerksam zu verfolgen. Insbesondere, wenn Produkte und Dienstleistungen gekauft werden, die einen erheblichen kommerziellen Wert für die Unternehmen haben, quantitativ wichtig sind oder Hochrisikokomponenten für die Produkte und/oder Dienstleistungen einer Organisation darstellen.

Eine Liste der wichtigsten Lieferant*innen einer Organisation und der von ihnen gelieferten Produkte und Dienstleistungen kann hierfür als Orientierung dienen. Wichtige Lieferant*innen sind solche, die bis zu einem Gesamtwert von ca. 80 % des Einkaufsvolumens bzw. 80 % der Einkaufskosten liefern, falls Zahlen zu Einkaufsvolumina nicht verfügbar sind. Produkte und Branchen, die ein soziales oder ökologisches Risiko bergen, sollten selbst bei geringen Einkaufsmengen genau betrachtet werden.

B. Eigentümer*innen, Eigenkapital- und Finanzpartner*innen

Verschiedene Organisationstypen haben rechtlich unterschiedliche Eigentumsformen. Mit dem Eigentum an Vermögenswerten sind Eigentumsrechte und Entscheidungsbefugnisse verbunden. Diese werden durch Verfassungsrecht, Privatrecht und öffentliches Recht geschützt und beschränkt. Damit verbunden sind immer auch Formen von Verantwortung und Haftung. In der Wirtschaft tritt privates Eigentum von Einzelpersonen häufig in Form von Alleineigentum, als persönlich haftende Gesellschafter*in oder als Anteilseigner*in einer Kapitalgesellschaft auf. Geschäftsführer*innen oder Vorstandsmitglieder übernehmen dann Eigentümerfunktionen, begleitet von Aufsichtsorganen. Ähnliche Formen finden sich bei Vereinen, Selbstverwaltungskörperschaften, Genossenschaften, Verantwortungseigentum und Unternehmen in deren Eigentum. Die Vertreter*innen sind verpflichtet, zum Wohle der Organisationen zu handeln und dabei die Interessen der Anteilseigner*innen, die Beschränkungen durch die Satzung oder Aufsichtsorgane sowie die Beschlüsse der Gesellschafterversammlung zu berücksichtigen. Unter Umständen kann auch eine persönliche Haftung entstehen.

Als Finanzpartner*innen betrachten wir alle Finanzmarktteilnehmenden, unabhängig von der Art der Produkte oder Dienstleistungen, die angeboten werden. Dabei wird die Produktart bewusst nicht berücksichtigt, um Doppelzählungen zu vermeiden. Zudem beziehen sich die meisten Dienstleistungen auf Finanzierungen oder die Verwendung von Mitteln und unterliegen den besonderen Bedingungen des Finanzmarktes. Für Europa findet sich eine Definition von Finanzmarktteilnehmenden in der EU-Verordnung über nachhaltigkeitsbezogene Offenlegungspflichten im Finanzdienstleistungssektor.

C. Mitarbeitende und Arbeitspartner*innen

Zur Berührungsgruppe C zählen alle, die für die Organisation wesentliche Aufgaben erfüllen, in deren regionale, organisatorische oder soziale Strukturen eingebunden sind und auf die mindestens eines der folgenden Kriterien zutrifft:

- ein Arbeitsverhältnis
- Personen, die seit mindestens sechs Monaten für die Organisation arbeiten
- Personen, die mindestens vier Stunden pro Woche für die Organisation arbeiten
- Personen, denen Aufgaben zugewiesen werden, die regelmäßig und wiederkehrend ausgeführt werden (z. B. jeden Sommer)

Bei externen Mitarbeitenden ist zu berücksichtigen, ob die Organisation eine Dienstleistung oder Arbeitszeit einkauft. Ersteres ist Berührungsgruppe A (Lieferant*innen) und Letzteres ist Berührungsgruppe C. Subunternehmer*innen, die als Mitarbeitende eingesetzt werden und für und mit der Organisation und ihren Kolleg*innen arbeiten, sind bei Vorliegen eines der genannten Kriterien den internen Mitarbeitenden gleichzustellen.

D. Kund*innen und Geschäftspartner*innen

Unter der Berührungsgruppe der Kund*innen sind die Zielgruppen der Organisation zu verstehen, die mit den Produkten und Dienstleistungen angesprochen werden sollen, wie z. B. Nutzer*innen der Produkte und Dienstleistungen, Händler*innen, Endkund*innen, Geschäftspartner*innen sowie Vertragspartner*innen.

Geschäftspartner*innen und Mitunternehmen sind andere Organisationen („Konkurrenten"), die möglicherweise dieselbe (regionale) Zielgruppe haben und ein vergleichbares Produkt oder eine vergleichbare Dienstleistung anbieten. Darüber hinaus werden auch das Verhalten gegenüber sowie der Umgang mit Unternehmen und Organisationen anderer Branchen bzw. anderer Regionen beleuchtet.

E. Globale Gemeinschaft, Natur und Lebewesen

Die Berührungsgruppe E ist breiter definiert als im traditionellen Geschäftskontext. Ein Gemeinwohl-Ansatz erkennt an, dass alles in einem Ökosystem, einem Wirtschaftssystem oder einem gemeinsamen Lebensraum im Allgemeinen miteinander verbunden ist und dass Entscheidungen und Maßnahmen, die in einem Bereich getroffen werden, weitreichende Auswirkungen auf andere Bereiche haben können.

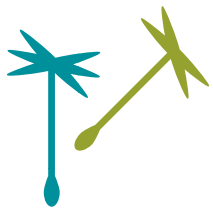
Teil der Berührungsgruppe in diesem Sinne sind:

- Menschen: Hier geht es nicht um die direkt betroffenen Menschen oder Gruppen (diese werden unter den Stakeholdergruppen A bis D erwähnt), sondern um indirekt Abhängige, zukünftige Generationen und Menschen in weit entfernten geografischen Gebieten, die von Entscheidungen indirekt und nachteilig betroffen sein können.
- Tiere: Alle Tierarten werden als betroffene Berührungsgruppe betrachtet, wenn menschliche Aktivitäten ihren Lebensraum oder ihr Wohlbefinden beeinträchtigen.
- Pflanzen und andere Lebensformen: Pflanzen und Mikroorganismen spielen in vielen Ökosystemen eine entscheidende Rolle und können durch menschliche Eingriffe beeinträchtigt und bedroht werden.
- Ökosysteme und natürliche Lebensräume: Ganze Ökosysteme wie Wälder, Meere, Flüsse und Wüsten können als Teil dieser Berührungsgruppe betrachtet werden, da sie das Leben zahlreicher Arten unterstützen und für das ökologische Gleichgewicht und das Klima von zentraler Bedeutung sind.
- Abstrakte oder nicht-physische Entitäten: Artefakte, kulturelle oder spirituelle Werte, Traditionen oder Konzepte könnten ebenfalls als Teil der Berührungsgruppe betrachtet werden, insbesondere, wenn menschliche Aktivitäten diese immateriellen Aspekte beeinflussen.
- Die physische Umwelt: Sie umfasst Aspekte wie Luft, Wasser und Boden, die durch menschliche Aktivitäten verändert oder verschmutzt werden können.

Allgemein kann man die Berührungsgruppen und die Werte vor dem Hintergrund des Gemeinwohls zueinander in Verbindung setzen.

Menschenwürde in E1 bezeichnet das Recht auf eine lebenswerte gegenwärtige und zukünftige Existenz auf der Ebene des Einzelnen (Menschen, Tiere, individuelle Teile der Berührungsgruppe). Solidarität und Gerechtigkeit in E2 umfassen globale Solidarität und Gerechtigkeit sowie Solidarität und Gerechtigkeit zwischen und innerhalb der Generationen. Ökologische Nachhaltigkeit in E3 befasst sich mit der globalen ökologischen Umwelt, der Natur, Tieren und Pflanzen einschließlich der natürlichen Ressourcen, der gesamten Biosphäre, Atmosphäre und dem Weltraum rund um unseren Planeten, einschließlich der Ressourcen und Lebensgrundlagen für zukünftige Generationen. Transparenz und Mitentscheidung in E4 befassen sich mit der individuellen und kollektiven Ebene der Berührungsgruppe in Bezug auf eine Organisation, z. B., wie den Interessen der Berührungsgruppe durch politisches und wirtschaftliches Handeln Rechnung getragen wird oder wie der Transparenz und Mitentscheidung durch Berichtspflichten, Kommunikation, Initiativen nachgekommen wird.

3. Werteverständnis



Im Folgenden werden die vier Werte erläutert, auf denen die Entwicklung der Matrix 5.1 basiert.

Menschenwürde

Menschenwürde bedeutet, dass jeder Mensch gleich wertvoll, schützenswert und einzigartig ist, unabhängig von Herkunft, Alter, Geschlecht, Religion und anderen Merkmalen. Die Menschenwürde ist ein unveräußerliches Recht und bezeichnet einen moralischen Anspruch im Umgang mit Menschen, den jeder Mensch allein durch sein Leben zu erwarten hat. Der Mensch und letztlich alle Lebewesen haben ein Recht auf Existenz und verdienen Anerkennung, Respekt und Wertschätzung. Das menschliche Individuum steht über allem Materiellen.

Der Mensch als Person steht im Mittelpunkt und darf nicht als Ware, etwa als Produktionsmittel oder als Arbeitseinheit, behandelt werden. Die Menschenwürde ist unabhängig von der Nützlichkeit des Menschen zur Arbeitsleistung und ist unantastbar und unangreifbar. Die Menschenwürde ist ein Grundprinzip, das die Achtung und den Schutz der Rechte, der Gesundheit und des Wohlbefindens aller Menschen fördert. Als Handlungsleitsatz gilt: „Handle sowohl in deiner eigenen Person als auch in der Person aller anderen stets so, dass du den Menschen als Zweck und niemals bloß als Mittel siehst." (Nach Immanuel Kant, aus der „Metaphysik der Sitten")

Solidarität und soziale Gerechtigkeit

Solidarität und soziale Gerechtigkeit sind eng miteinander verbundene Werte, die auf einem gemeinsamen Fundament aus Empathie, Wertschätzung, Mitgefühl und Chancengleichheit basieren. Das Ziel beider Werte ist es, Ungerechtigkeit abzubauen, Verantwortung zu teilen und ein Gleichgewicht zwischen den Starken und den Schwachen herzustellen.

Solidarität zielt darauf ab, sicherzustellen, dass alle die gleichen Chancen haben und niemand zurückgelassen wird. Sie äußert sich in der gegenseitigen und selbstlosen Bereitschaft, in Zeiten der Not zu helfen, schwierige Situationen gemeinsam zu überwinden und bereitwillig miteinander zu kooperieren.

Solidarität kann auch spezifische gemeinschaftsbezogene Verpflichtungen und Haftungen mit sich bringen, wenn das Kollektiv die Verantwortung für unterrepräsentierte und stimmlose Gruppen übernimmt. Solidarität basiert auf einem Gefühl von Zusammengehörigkeit und Gemeinschaft. Aus der Sicht der Gemeinwohl-Ökonomie bedeutet Solidarität eine Verbundenheit mit allen Menschen und nicht die Bindung an (eine) bestimmte Gruppe(n).

Soziale Gerechtigkeit zielt auf eine gerechte Verteilung von Gütern, Ressourcen, Macht, Chan-

cen und Pflichten ab. Sie wird durch soziale Mechanismen erreicht, wie etwa eine geeignete Organisation von Gesellschaft, Wirtschaft und Staat, um Chancengleichheit zu gewährleisten. Idealerweise sollten soziale Mechanismen reguliert, d. h., durch Gesetze kontrolliert werden. Dies bedeutet, dass viele Maßnahmen, die auf soziale Gerechtigkeit abzielen, nicht völlig freiwillig sind und zusätzliche Maßnahmen der Organisation die rechtlichen Vorgaben ergänzen oder darüber hinausgehen sollten, um eine gerechte Verteilung zu fördern.

Ökologische Nachhaltigkeit

Ökologische Nachhaltigkeit ist ein Wert, der unter Berücksichtigung der Wechselwirkungen zwischen allen Lebewesen und ihrer Umwelt die kurz-, mittel- und langfristige Gesundheit und Vielfalt der Umwelt und Lebewesen zum Ziel hat.

Menschliche Aktivitäten können eine erhebliche Bedrohung für die Umwelt darstellen und dadurch alle verbundenen (zukünftigen) Lebensformen bedrohen.

Gemeinwohl-orientierte Organisationen tragen dazu bei, natürliche Gleichgewichte nicht nachhaltig zu stören und zu versuchen, ihre Umweltauswirkungen zu verringern. Das bedeutet, dass die Interaktionen mit der Umwelt unter Berücksichtigung gegenwärtiger und zukünftiger Bedürfnisse gestaltet werden.

Hierzu berücksichtigen Gemeinwohl-orientierte Organisationen unter anderem die folgenden Konzepte in ihren Handlungen:

Lebenszyklusperspektive

Durch die Bewertung des gesamten Lebenszyklus eines Produkts oder einer Dienstleistung können relevante ökologische Auswirkungen bewertet werden. Der Lebenszyklus umfasst alle Phasen, die ein Produkt oder eine Dienstleistung durchläuft: Design (A3/D3/E3), Rohstoffbeschaffung (A3), Einkauf und Halbfertigprodukte (A3), Produktion (E3), Transport (E3), Verwendung (D3), Behandlung am Ende der Nutzungsphase und endgültige Entsorgung (D3/E3).

Eine Gemeinwohl-orientierte Organisation betrachtet den Lebenszyklus ihrer wichtigsten Produkte und Dienstleistungen hinsichtlich der relevanten Umweltaspekte und legt diese offen. Die Fähigkeit der Organisation zur Kontrolle und Beeinflussung schädlicher Umweltauswirkungen wird bei der Gemeinwohl-Bewertung der Umweltleistung berücksichtigt.

Eine detaillierte Lebenszyklusanalyse durch externe Anbieter ist in der Regel nicht erforderlich. Eine gründliche Betrachtung und Einschätzung, welche Lebenszyklusphasen kontrolliert und/oder beeinflusst werden können durch die Organisation, ist jedoch erforderlich. Eine gründliche Betrachtung der unterschiedlichen Umweltauswirkungen in den verschiedenen Lebensphasen von Produkten und Dienstleistungen ist nötig, um erhebliche Umweltauswirkungen zu identifizieren. Eine Einschätzung der Organisation ist hierfür ausreichend oder eine Analyse in Anlehnung an ISO 14001 / EMAS.

Auch einige Dienstleistungen sind mit hohen Umweltauswirkungen verbunden, sei es durch Energieverbrauch und Transport und/oder in der Lieferkette. In vielen Fällen lassen sich relevan-

te Umweltauswirkungen an wenigen Hotspots identifizieren, wo Maßnahmen deutliche Nachhaltigkeitsverbesserungen bewirken.

Wird der Lebenszyklus nicht *ausreichend* beschrieben, führt dies zu einer Abwertung um einen Bewertungspunkt in den Themen A3, D3 und E3. Ausreichend bedeutet, dass zu mindestens 5 der 6 Phasen *genaue Angaben* gemacht werden:

- 1: Rohstoffbeschaffung
- 2: Design
- 3: Produktion
- 4: Transport/Lieferung
- 5: Nutzung
- 6: Entsorgung

Unter *genauen Angaben* versteht sich die vollständige Offenlegung der Fähigkeit der Organisation, diese Phasen zu kontrollieren und/oder zu beeinflussen, und die Benennung möglicher Maßnahmen.

Die ökologische Nachhaltigkeit kann durch gezielte Investitionen verbessert werden und ist oft mit sozialen Veränderungen verbunden. B3 bewertet daher sowohl die ökologischen als auch die sozialen Auswirkungen von Investitionen.

Allgemein ist die Beschreibung des Lebenszyklus von Produkten und Dienstleistungen die Grundlage für eine Bewertung der Umweltauswirkungen für alle Beteiligten. Als Orientierung können die in E3 beschriebenen Auswirkungskategorien verwendet werden.

„Design" wird in diesem Zusammenhang im Sinne der ISO 9000 verwendet: als Design und Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen. „Fußabdruck" bedeutet in diesem Zusammenhang die ökologische Auswirkung.

Biodiversität

Biodiversität im Rahmen der Gemeinwohl-Berichterstattung berücksichtigt Überlegungen zur Vielfalt von Ökosystemen, Arten und Genetik. Die Herstellung von Produkten oder die Bereitstellung von Dienstleistungen wirken sich sowohl durch Aktivitäten der Organisation als auch in den Lieferketten auf die Biodiversität aus, siehe auch Lebenszyklusperspektive.

Als Haupttreiber des Biodiversitätsverlusts gelten derzeit Land- und Meeresnutzung, direkte Ausbeutung von Ökosystemen, Klimawandel, Umweltverschmutzung und invasive gebietsfremde Arten. Teilweise werden Biodiversitätsaspekte bereits in den Kapiteln E1, E3, E4 erwähnt und in der Lieferkette berücksichtigt, jedoch nicht im Sinne einer Vermeidung des Biodiversitätsverlusts.

Um die Biodiversität im Gemeinwohl-Bericht zu berücksichtigen, sollten in den relevanten Lebenszyklusphasen neben Umweltauswirkungen und -belastungen auch folgende Fragen beantwortet werden:

- Welche Auswirkungen haben unsere Aktivitäten auf die Land- und Meeresnutzung, den Klimawandel, die Verschmutzung von Wasser, Boden, Luft und die genetische Vielfalt?
- Welche Maßnahmen beabsichtigen wir zu ergreifen, um bestehende Auswirkungen zu

minimieren bzw. zu vermeiden (Transformationsplan)?
- Welche wirtschaftlichen und finanziellen Risiken birgt dieser Transformationsplan und wie widerstandsfähig sind wir gegenüber identifizierten Risiken?
- Wie wollen wir die Wirksamkeit der eingeführten Maßnahmen kontrollieren?

Basierend auf den Antworten und Daten in den einzelnen Themen der Matrix sollten diese Fragen in einem Abschnitt mit der Überschrift „Biodiversität" zusammengefasst werden.

Zirkularität und Cradle to Cradle

Bei der Zirkularität geht es darum, unsere gegenwärtigen Produktions- und Konsumgewohnheiten zu überdenken. Der lineare Ansatz von Produktion-Verwendung-Entsorgung soll ersetzt werden durch eine Wirtschaftsweise, die auf der Nachahmung natürlicher Systeme basiert. In natürlichen Kreisläufen werden Energie und (Nähr-)Stoffe kontinuierlich umgewandelt und wiederverwendet, sodass die Abfälle eines Organismus zum Rohstoff oder zur Nahrung für einen anderen werden.

Zirkuläres Design basiert im Wesentlichen auf drei Prinzipien:
1) Vermeidung von Abfall und Umweltverschmutzung durch Design
2) Weiterverwendung von Materialien und Produkten und
3) Regeneration der Natur durch Trennung natürlicher und industrieller Materialkreisläufe.

Es gibt unterschiedliche Strategien, wie Zirkularität umgesetzt werden kann, unter anderem:
- Rethink: Neugestaltung von Produkten, Dienstleistungen und Geschäftsmodellen zur Förderung der Kreislaufwirtschaft und Abfallvermeidung
- Re-Use: Weiterverwendung im Ursprungszustand oder verändert, mit anderer Nutzung, oder als (Teil-)Komponente
- Recycle: Wertstoff-Rückgewinnung als Rohstoff für neue Materialien oder Produkte
- Repair: Reparaturfähigkeit von Produkten erhöhen und dadurch die Nutzungsphase verlängern

Cradle to Cradle bezeichnet den Ansatz, Materialkreisläufe so zu gestalten, dass Produkte und Materialien am Ende ihrer Nutzungsphase wiederverwertet und in den Materialkreislauf zurückgeführt werden.

Ökoeffizienz

Ökoeffizienz ist ein Konzept, bei dem mehr mit weniger erreicht wird. Mehr Materialien oder Dienstleistungen werden unter weniger Ressourceneinsatz hergestellt oder verursachen weniger Umweltverschmutzung. Daher wird die Effizienz relativ zu einer produzierten Einheit gemessen. Eine Organisation stellt ein Produkt, z. B. eine Plastikflasche, effizienter her, wenn mit weniger Rohmaterial dasselbe Produkt erzeugt wird, z. B. durch eine geringere Wandstärke der Plastikflasche. Die Effizienzsteigerungen sollten zu einer absoluten Verringerung der verwendeten Ressourcen, der Umweltverschmutzung und der Abfallproduktion führen.

Bei erhöhter Effizienz können Rebound-Effekte auftreten. Als Rebound-Effekt bezeichnet man eine Produktionserhöhung, also eine Zunahme der absolut verbrauchten Ressourcen, da Effi-

zienzsteigerungen zu geringeren Kosten pro produzierter Einheit führen. Eine absolut höhere Produktion bedingt aber mehr Ressourcenverbrauch, Umweltverschmutzung und Abfallproduktion. Die absolute Umweltauswirkung wird in E3 behandelt.

Ökoeffektivität

Ökoeffektivität ist eine positive Vorstellung der Konzeption und Produktion von Waren und Dienstleistungen, sodass die Produktion selbst sozialen, wirtschaftlichen und ökologischen Nutzen bringt. Bei der Ökoeffektivität geht es darum, über die Kontrolle der Umweltverschmutzung und die Ökoeffizienz hinauszugehen und eine Art des Wirtschaftens zu entwickeln, die die Umwelt wiederherstellt und verbessert. Effektiv sollte das Wirtschaften zur Verbesserung der Umwelt beitragen und den ökologischen Fußabdruck in absoluten Zahlen reduzieren. Der Ansatz der Ökoeffektivität kann zum Beispiel durch Suffizienz und Zirkularität umgesetzt werden.

Suffizienz

Suffizienz bezeichnet das Konzept oder die Strategie, den ökologischen Fußabdruck von Gesellschaften zu verringern, durch die Reduzierung des Bedarfs an Energie-, Kohlenstoff- und Material-basierten Dienstleistungen und Produkten. Suffizienz soll sicherstellen, dass alle Menschen ein gutes Leben führen können, ohne die ökologischen Grenzen der Erde heute und für kommende Generationen zu überschreiten, und gleichzeitig definieren, worin dieses „gute Leben" bestehen kann.

Verzicht ist ein Schlüsselaspekt von Suffizienz-Strategien, weshalb Suffizienz auch immer Ausdruck der individuellen und gesellschaftlichen Prioritäten und des „guten Lebens" ist. Da technischer Fortschritt und umweltfreundlichere Technologien allein vermutlich nicht ausreichen werden, um dieses Ziel eines guten Lebens innerhalb der planetaren Grenzen zu erreichen, bezeichnet Suffizienz auch die gesellschaftlichen Veränderungen in Bezug auf Lebensstile, soziale Praktiken, Infrastrukturen usw., die notwendig sein werden, um Produktions- und Konsummuster auf ein nachhaltiges Niveau zu bringen.

Transparenz und Mitentscheidung

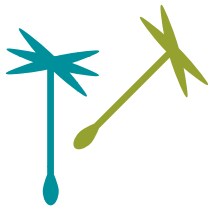
Transparenz ist eine Voraussetzung dafür, dass Stakeholder, also direkt und indirekt Betroffene, an Entscheidungsprozessen teilnehmen können. Transparenz bedeutet die Offenlegung aller für das Gemeinwohl relevanten Informationen, insbesondere kritischer Daten wie Sitzungsprotokolle des Vorstands, Gehälter, interne Kostenrechnungen sowie Einstellungs- und Entlassungsverfahren.

Die Mitbestimmung der Berührungsgruppen zielt darauf ab, dass alle Personen, die von Handlungen oder Unterlassungen direkt oder indirekt betroffen sind, an Entscheidungsprozessen beteiligt werden. Dieser erweiterte Beteiligungsbegriff erhöht die Legitimität und Qualität von Entscheidungen, indem sichergestellt wird, dass alle Betroffenen gehört werden. Die Beteiligten sollen ihre Bedenken äußern, Informationen erhalten und an Entscheidungsprozessen teilnehmen können. Dies trägt zu mehr Transparenz, verantwortlichem Handeln und einer breiteren Akzeptanz von Entscheidungen bei.

Die Mitbestimmung der Berührungsgruppen fördert auch die Idee der sozialen Gerechtigkeit und der inklusiven Organisationspolitik. Sie ermöglicht es bisher marginalisierten Gruppen, ihre Stimme zu erheben und an der Entscheidungsfindung teilzunehmen. Wenn alle Betroffenen einbezogen werden, wird ein ausgewogenes Machtverhältnis gefördert. Dies stellt auch sicher, dass die Interessen derjenigen berücksichtigt werden, die häufig weniger Einfluss haben.

Mitbestimmung bedeutet die Beteiligung aller mit berechtigtem Interesse am Entscheidungsprozess. In diesem Arbeitsbuch werden Menschen mit berechtigtem Interesse „Berührungsgruppe", „Stakeholder" oder „Betroffene" genannt. Es gibt verschiedene Mitbestimmungsausprägungen: von der Information über Konsultation und Beteiligung bis hin zur gemeinsamen Entscheidungsfindung.

4. Der Sinn einer Organisation



Organisationen sind Teil der Gesellschaft. Sie können der Gesellschaft dienen und sie voranbringen, indem sie menschliche Bedürfnisse oder umfassendere gesellschaftliche Bedürfnisse erfüllen. Organisationen bieten ihren Mitarbeitenden einen Arbeitsplatz, zahlen ihnen einen fairen Lohn und ermöglichen ihnen und ihren Familien so, ihren Lebensunterhalt zu verdienen. Der Sinn einer Organisation ist das Ziel, wonach eine Organisation strebt, und beschreibt, wozu eine Organisation existiert und wirtschaftlich tätig ist. Der Sinn bezieht die Organisation auf die Welt und definiert ihre Bedeutung für die Welt.

Der Sinn verdeutlicht, welchen Verbesserungen des Lebens sich eine Organisation jetzt und in Zukunft verpflichtet fühlt im Hinblick auf alle Berührungsgruppen.

Den Sinn einer Organisation zu definieren, bedeutet, sich ihrer Auswirkungen bewusst zu sein und diese Verantwortung auf positive Weise zu handhaben.

Der Sinn der Organisation wird im (Unternehmens-)Leitbild oder der (Unternehmens-)Philosophie beschrieben. Dort artikuliert und kommuniziert die Organisation ihren Sinn, ihre Existenzberechtigung jenseits des Profits, auf präzise und inspirierende Weise.

Der Unternehmenssinn besteht typischerweise aus einem oder zwei Sätzen, die vermitteln, wie die Organisation menschliche Bedürfnisse erfüllt oder menschliche Probleme löst. Das Bekenntnis zu einem Unternehmenssinn kann auch ein Risiko bergen, wenn dieser Sinn nicht tatsächlich als Kern der Geschäftsstrategie verfolgt und gelebt wird.

Daher enthält dieses Kapitel Fragen, die Organisationen dabei helfen können, zu reflektieren und zu beschreiben, wie der Sinn in der Organisation selbst und in den Beziehungen zu allen Berührungsgruppen tatsächlich gelebt wird.

Obwohl die folgenden Fragen eher für Organisationen mit erheblichem Einfluss auf die Gesellschaft geeignet zu sein scheinen, können sie auch kleinen Organisationen zu einem klareren Bild verhelfen. Die Fragen helfen, zu klären, wie eine Organisation in ihr soziales, wirtschaftliches und regionales Umfeld eingebettet ist, welchen Einflussbereich und welche Verantwortlichkeiten sie hat.

Berichtskapitel „Sinn der Organisation"

Die unten genannten Fragen und Indikatoren sollten im Einführungsabschnitt des Berichts beantwortet werden. Der Abschnitt sollte einen umfassenden Überblick über die Gründe und Motivationen für die Existenz der Organisation geben und darüber, wie sich diese direkt auf Strategien, Maßnahmen und Ergebnisse entlang der Matrixthemen auswirken.

Einige Fragen werden auch in Themen des Arbeitsbuchs wieder aufgegriffen, wenn dies sinnvoll und für die Bewertung des Themas hilfreich ist. Für Organisationen kann es hilfreich sein,

den Zusammenhang ihrer übergeordneten Ziele mit den einzelnen Matrixthemen zu erkennen und zu sehen, wie sie dort den Organisationssinn in die Tat umsetzen.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Trägt die wirtschaftliche Tätigkeit Ihrer Organisation zur Bewältigung globaler Herausforderung(en) bei? Globale Herausforderungen sind zum Beispiel die Bekämpfung des Klimawandels, soziale Ungleichheit, Krieg, Hunger, Umweltverschmutzung, Änderung des Wirtschaftssystems.
- Für welche globale Herausforderung bietet die Organisation eine Lösung oder einen Beitrag zur Lösung? Ist dieser Beitrag Teil der Kerngeschäftsstrategie oder freiwilliger Maßnahmen?
- Wie verknüpft die Organisation ihr Geschäft mit einem tieferen Sinn, etwa einem Beitrag zur Lösung globaler Herausforderungen?
- Welche soziale, ökologische und wirtschaftliche Rolle spielt die Organisation durch ihre Geschäftstätigkeit?
- Wie trägt ihre Geschäftstätigkeit zur Befriedigung der Bedürfnisse der Kund*innen und anderer Berührungsgruppen bei?
- Wird in der Beschreibung des Unternehmenssinns der Organisation explizit dargelegt, welche positiven Auswirkungen die Organisation auf die Bedürfnisse der (zukünftigen) Berührungsgruppen hat?
- Wird die Geschäftsstrategie der Organisation auf der Grundlage des deklarierten Sinns entwickelt und angepasst?
- Hat die Organisation einen Plan erstellt, der soziale, ökologische und ökonomische Risikobewertungen beinhaltet, sodass ihr tieferer Sinn auch in Stresszeiten erfüllt werden kann?
- Wenn Sie eine Erklärung zum Organisationssinn haben, geben Sie diese bitte wörtlich wieder. Wann und von welcher Organisationseinheit wurde sie entwickelt und wann wurde sie das letzte Mal geändert?

Verifizierungsindikatoren

Geeignete Indikatoren sind von Organisation zu Organisation unterschiedlich und werden daher von der Organisation selbst definiert. Sie sind ein Instrument, um zu messen, wie das wirtschaftliche, soziale und ökologische Verhalten der Organisation über die Zeit dem Sinn der Organisation gerecht wird.

Indikatoren sollten verständlich, messbar und eindeutig mit dem erklärten Sinn oder Beitrag der Organisation verknüpft sein. Die Leistung der Organisation, z. B. Dienstleistungen, Produkte oder internes Organisationsmanagement, sollten mit dem angestrebten Ergebnis für die Gesellschaft in Beziehung gesetzt werden.

Hinweis: Eine Organisation definiert Indikatoren für die erste Gemeinwohl-Bilanz. In den folgenden Bilanzierungsperioden werden diese Indikatoren verwendet, um Änderungen und Verbesserungen verfolgen zu können.

- Indikator 1 (Angabe des Indikators und der Informationen für den aktuellen Berichtszeitraum)
- Indikator 2 (Angabe des Indikators und der Informationen für den aktuellen Berichtszeitraum)

Hilfen zum Berichtskapitel „Den Sinn erfüllen"

Die folgenden Fragen können dabei helfen, den Unternehmenssinn bezüglich der einzelnen Berührungsgruppen zu reflektieren.

Lieferant*innen

- Wird der Unternehmenssinn der Organisation den Lieferant*innen mitgeteilt?
- Verfolgen die Lieferant*innen dasselbe Ziel, teilen dieselbe Vision oder haben ihren Unternehmenssinn deklariert?
- Gibt es Aktionsprogramme, um Ihre Ziele mit Lieferant*innen und/oder Ihrer Lieferkette zu teilen und umzusetzen, z. B. gemeinsame Richtlinien, Verhaltenskodizes, Vereinbarungen?
- Gehört zum Unternehmenssinn die Verbesserung globaler Herausforderungen im Zusammenhang mit Lieferketten und gehen Sie in Ihren Lieferkettenrichtlinien auf diese Herausforderungen ein?
- Kann der Zusammenhalt zwischen den Partner*innen in der Lieferkette gestärkt werden unter Berücksichtigung ihrer Besonderheiten?

Eigentümer*innen, Eigenkapital- und Finanzpartner*innen

- Bestimmt der Sinn Ihrer Organisation die Entscheidungen hinsichtlich Finanzpartner*innen und -ressourcen?
- Teilen externe Investor*innen die Ziele, Vision oder den Sinn der Organisation? Können Sie sich eine mögliche neue Investorengruppe oder Geldgeber*innen vorstellen, die fest an Ihre Ziele glaubt?
- Sind Entscheidungen zur Verteilung finanzieller Mittel und zu Investitionen mit dem Sinn Ihrer Organisation vereinbar?
- Ist der Sinn der Organisation ein zentrales Element der Entscheidungsprozesse zur strategischen Organisationsentwicklung?
- Basiert die Governance, also die Organisationsführung und Geschäftsführungspraxis der Organisation, auf ihrem Sinn und ist sie von dem Ziel geleitet, diesen Sinn in der Praxis zu erfüllen?

Mitarbeitende und Arbeitspartner*innen

- Ist der Zweck der Organisation explizit und klar und ermutigt er die Mitarbeitenden, den Sinn ihrer Tätigkeit und ihre Ziele mit Hilfe der Organisation zu verfolgen?
- Haben die Mitarbeitenden das Gefühl, dass sie mit ihrer Arbeit bzw. durch ihre Mitarbeit in der Organisation etwas bewirken können?
- Hilft die Organisation den Mitarbeitenden, ihren eigenen Sinn zu entdecken, und unterstützt sie die Mitarbeitenden bei der Verfolgung ihres persönlichen Sinns als Organisationsziel?
- Ist der Organisationssinn inspirierend für die Arbeit einzelner Positionen und Funktionen innerhalb der Organisation?
- Haben die Mitarbeitenden das Gefühl, dass der Sinn der Organisation mit ihren Werten verbunden ist?
- Kommunizieren die Mitarbeitenden den Organisationssinn transparent nach außen?
- Ist das interne Management der Organisation ein Spiegel der Vision und des Sinns der Organisation?
- Wie stark identifizieren sich die Mitarbeitenden mit der Organisation und ihren Zielen?

Kund*innen und Geschäftspartner*innen

- Dient der Sinn der Organisation als Leitfaden bei der Suche nach (neuen) Zielgruppen und Kund*innen?
- Inspiriert und beeinflusst der Sinn der Organisation die Geschäftsstrategie?
- Unterstützt und leitet der Sinn der Organisation die Entwicklung und Verbindung mit Kund*innen auf der Grundlage gemeinsamer Werte der Organisation und der Kund*innen?
- Wird der Sinn der Organisation dazu genutzt, Netzwerke und Partnerschaften zu schaffen, die dabei helfen, den Sinn selbst zu erfüllen?

Globale Gemeinschaft, Natur und Lebewesen

- Berücksichtigt der Sinn der Organisation aktuelle globale Herausforderungen?
- Trägt die Organisation in ihrem Kerngeschäft direkt zur Lösung einer aktuellen globalen Herausforderung oder eines nachhaltigen Entwicklungsziels der Agenda 2030 (Sustainable Development Goals SDGs) bei?
- Respektiert die Organisation in ihren Aktivitäten und ihrer Arbeitsweise die „glokalen" (d. h. globalen und lokalen) sozialen Kontexte, mit denen sie durch den Sinn der Organisation verbunden ist?

A1 Menschenwürde in der gesamten Lieferkette

Die von einer Organisation gekauften Waren und Dienstleistungen haben gesellschaftliche Auswirkungen, die sowohl positiv als auch negativ sein können. Eine wichtige Auswirkung betrifft die Arbeitsbedingungen aller Mitarbeitenden in der gesamten Lieferkette. Eine Organisation ist für das Wohlergehen aller Menschen mitverantwortlich – einschließlich ihrer direkten und indirekten Lieferant*innen.

Eine GWÖ-Organisation …

- kauft Waren und Dienstleistungen, die unter menschenwürdigen Bedingungen hergestellt werden.
- ist sich der Risiken entlang der gesamten Lieferkette bewusst und kennt Bereiche, in denen es häufig zu Verletzungen der Menschenwürde kommt.
- fördert aktiv ein respektvolles Verhalten entlang der gesamten Lieferkette, das Menschenwürde und Menschenrechte achtet.

Einstiegsfragen

- Was wissen wir über die Einhaltung der Menschenrechte und Achtung der Menschenwürde bei unseren Lieferant*innen, insbesondere unseren größeren Lieferant*innen (z. B. Qualität der Arbeitsplätze)?
- Welche potenziellen negativen Auswirkungen oder Risiken (z. B. Menschenrechtsverletzungen) bestehen entlang der Lieferkette, die mit unserer Geschäftstätigkeit verbunden sind?
- Wie trägt unsere Organisation zur Umsetzung ethischer und fairer Arbeitspraktiken bei und wie helfen wir, Probleme zu lösen und Herausforderungen entlang der gesamten Lieferkette zu bewältigen?

A1.1 Arbeitsbedingungen und soziale Auswirkungen in der Lieferkette

Ziel ist es, dass Organisationen sich aktiv daran beteiligen, wie die von ihnen gekauften Waren und Dienstleistungen hergestellt werden. Zu diesem Zweck sollten sie geeignete Maßnahmen ergreifen, um faire und ethische Arbeitspraktiken in der gesamten Lieferkette sicherzustellen.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Welche Waren und Dienstleistungen werden eingekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferant*innen ausgewählt?
- Wie werden soziale Risiken in der Lieferkette bewertet?
- (VB) Wie werden Verletzungen der Menschenwürde in der Lieferkette erkannt?
- (VB) Welcher Einfluss wird auf Lieferant*innen ausgeübt, um sicherzustellen, dass sie die Menschenwürde aller Beteiligten respektieren?
- Welche Zertifizierungen zu sozialen Fragen haben gekaufte Waren und Organisationen in der Lieferkette?

Verifizierungsindikatoren

- Anteil extern zugekaufter Produkte/Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen in tabellarischer Form.
- Anteil extern zugekaufter Waren/Dienstleistungen, die unter fairen und ethischen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden.

Bewertungsstufen



Vorbildlich
Ethisches Beschaffungsmanagement ist Teil der Organisationsidentität oder Corporate Identity und Positionierung der Organisation. In allen Geschäftsbereichen werden innovative Verfahren zur ethischen Beschaffung umgesetzt.

Erfahren
Es wurden umfassende Einkaufsrichtlinien etabliert, die regeln, wie Lieferant*innen anhand sozialer Kriterien bewertet, ausgewählt und bei der Umsetzung geforderter Werte unterstützt werden. Bei fast allen großen Lieferant*innen herrschen überdurchschnittlich gute Arbeitsbedingungen.

Fortgeschritten
Erste Maßnahmen für faire und ethische Arbeitsbedingungen bei direkten Lieferant*innen wurden etabliert. Die Lieferkette wird in den kritischsten Teilen hinsichtlich fairer und ethischer Arbeitsbedingungen bewertet.

Erste Schritte
Einige direkte Lieferant*innen wurden hinsichtlich ihrer Arbeitsbedingungen bewertet und Strategien zur Verbesserung entwickelt. Bei Einkäufen werden erste Ausschlusskriterien eingehalten.

Basislinie
Die Lieferant*innen respektieren die arbeitsrechtlichen Gesetze. Eine darüber hinausgehende soziale Verantwortung gegenüber den Lieferant*innen wird nicht erwartet.

Bewertungshilfen

Das Kaufverhalten sollte nach Ausschlusskriterien oder -prozessen bewertet werden: Wie werden soziale Risiken entlang der Lieferkette identifiziert, wie werden Lieferant*innen bewertet und ausgewählt und wie werden sie ermutigt, im Einklang mit ethischen Werten zu handeln?
Folgende Kriterien werden bewertet:

- das Ausmaß, in dem direkte Zulieferer Arbeitspraktiken umgesetzt haben, die die Menschenwürde fördern (siehe C1).
- das Ausmaß, in dem Lieferant*innen von Quellen einkaufen, die die Menschenwürde respektieren (siehe A1).
- ethischer Umgang von Lieferant*innen mit Geldern und im Umgang mit Kunden (siehe B1 und D1) mit sozialen Auswirkungen ihrer Waren und Dienstleistungen und dem Beitrag zum Gemeinwohl (siehe E1).

Folgende Aspekte können bei der Selbstbewertung hilfreich sein:

- Jedem Prozess in der Lieferkette, der mit einem hohen sozialen Risiko verbunden

ist, sollte große Bedeutung beigemessen werden. Wenn Organisationen in kritischen Lieferketten deutlich über den aktuellen Standards arbeiten, wird dies bei der Bestimmung der Bewertungsstufe positiv bewertet.
- Wesentliche Auswirkungen auf die Gesellschaft können nicht direkt beim Zulieferer, sondern viel früher in der Lieferkette auftreten. So sind die Arbeitsbedingungen in einem IT-Dienstleistungsunternehmen wahrscheinlich weniger gravierend als in der vorgelagerten Hardware-Produktion. Die Aufmerksamkeit sollte daher dort liegen, wo die Auswirkungen der Wertschöpfung am größten sind.
- Mit dem Wachstum einer Organisation werden die Richtlinien für das Beschaffungsmanagement immer wichtiger. Je länger die Lieferkette und je größer die damit verbundenen Risiken sind, desto höher müssen die Standards sein.
- Darüber hinaus sollte evaluiert werden, wie viele der wichtigsten Lieferant*innen von einer Organisation ausgewählt wurden aufgrund der Einhaltung der Menschenwürde.

Für die **Kompaktbilanz** wird nicht erwartet, dass individuelle Risikountersuchungen für die Lieferkette durchgeführt werden. Es reicht, öffentlich verfügbare Informationen systematisch auszuwerten, um Verletzungen der Menschenwürde in der Lieferkette zu identifizieren.

A1.2 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Lieferkette

Mit der Herstellung vieler Güter des täglichen Bedarfs können erhebliche soziale Probleme verbunden sein. Betrachtet man jedoch globale, komplexe Produktionsprozesse, ist es für Organisationen und Privatpersonen kaum möglich, Verletzungen der Menschenwürde gänzlich auszuschließen.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Welche Glieder der Lieferkette bergen eine besondere Gefahr für die Menschenwürde?
- Welche Maßnahmen werden ergriffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren und zu verhindern?

Verifizierungsindikatoren

- Anteil der gekauften Waren, die ethisch bedenklich sind, gegenüber denen, die ethisch unbedenklich sind.

Bewertungsstufen

- **Basislinie**: Die Organisation weist geringe Risiken in ihrer Lieferkette auf und/oder reduziert mögliche negative soziale Auswirkungen auf ein Minimum.
- **20 Minuspunkte:** Die Organisation bezieht Waren und Dienstleistungen aus sozial fragwürdigen Quellen. Die bisher ergriffenen Maßnahmen reduzieren die negativen sozialen Auswirkungen nicht ausreichend.

- **100 Minuspunkte:** Die Organisation bezieht lebensnotwendige Güter und Dienstleistungen aus sozial fragwürdigen Quellen und hat bisher kaum Versuche unternommen, Maßnahmen zur Verbesserung dieser Lage einzuleiten.
- **200 Minuspunkte:** Die Geschäftspraktiken der Organisation tragen erheblich zu negativen sozialen Auswirkungen in der Lieferkette bei.



Bewertungshilfen

Die Aufmerksamkeit sollte auf jene Waren und Dienstleistungen gerichtet werden, bei denen ein erhebliches Risiko für die Verletzung der Menschenwürde besteht. Die Risiken können von ihrem Ursprungsort ausgehen (z. B., wenn sie aus Ländern mit niedrigen Standards bezogen werden) oder von der Branche selbst.

Dieser Aspekt sollte vollständig in der **Kompaktbilanz** berichtet werden.

A2 Solidarität und soziale Gerechtigkeit in der gesamten Lieferkette

Die Wirtschaftstätigkeit ist auch geprägt von Kampfpreisen, Marktanteilskämpfen und von ausbeuterischen Geschäfts- und Arbeitspraktiken in globalen Lieferketten. Unternehmen und andere Organisationen sind für faire und gerechte (Geschäfts-)Beziehungen mit ihren direkten Zulieferern verantwortlich. Darüber hinaus können alle Organisationen im Rahmen ihrer Einflussmöglichkeiten gemeinsame Verantwortung dafür übernehmen, dass alle Menschen in der gesamten Lieferkette fair und gerecht behandelt werden.

Eine GWÖ-Organisation …

- stellt sicher, dass die Geschäftsbeziehungen mit ihren direkten Lieferant*innen fair und gerecht sind.
- erkennt ihre Mitverantwortung für Solidarität und soziale Gerechtigkeit entlang der gesamten Lieferkette an und entwickelt ihre Geschäftspraktiken entsprechend.

Einstiegsfragen

- In welchen Bereichen erwarten direkte und indirekte Lieferant*innen Fairness und Solidarität von uns?
- Wer sind unsere direkten und indirekten Geschäftspartner*innen in der Lieferkette und inwieweit verhalten sie sich fair und solidarisch gegenüber ihren Stakeholdern?
- Wie weit reicht unser direkter und indirekter Einfluss- und Wirkungsbereich über unsere gesamten Lieferketten hinweg, um sicherzustellen, dass alle Beteiligten fair und respektvoll behandelt werden?

Zusammenstellung hilfreicher Informationen und Dokumente

- Liste der wichtigsten Direktlieferant*innen
- Liste der wichtigsten Herkunftsländer von Rohstoffen
- Brennpunkte bzw. Hochrisikobereiche zu sozialer Gerechtigkeit und fairen Geschäftspraktiken entlang der Lieferketten analysieren (Hotspot-Analyse)
- Lieferant*innenbefragungen
- Richtliniendokumente

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen mit Direktlieferant*innen

Solidarität und soziale Gerechtigkeit gegenüber direkten Lieferant*innen können durch faire und gerechte Geschäftspraktiken hinsichtlich Preisgestaltung, Zahlungs- und Lieferbedingungen umgesetzt werden. Wichtig ist das Zugeständnis der Organisation zur gerechten Aufteilung des Mehrwerts entlang der Lieferkette, um allen Beteiligten eine wirtschaftlich gesicherte Existenz zu ermöglichen.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Wie sind faire und gerechte Geschäftspraktiken gegenüber unseren direkten Lieferant*innen in unsere Richtlinien integriert?

- Wie stellen wir tatsächliche oder potenzielle negative Auswirkungen auf faire und gerechte Geschäftspraktiken gegenüber unseren direkten Lieferant*innen fest?
- (VB) Welche Maßnahmen haben wir ergriffen, um potenzielle negative Auswirkungen zu verhindern bzw. abzumildern, tatsächliche negative Auswirkungen zu beenden und faire und gerechte Geschäftspraktiken gegenüber unseren direkten Lieferant*innen zu etablieren? Nicht nur im Hinblick auf Preise, Zahlungs- und Lieferbedingungen, sondern auch im Hinblick auf unseren täglichen Geschäftsbetrieb und einen fairen Anteil an der Wertschöpfung?
- (VB) Haben wir ein Beschwerdeverfahren für unsere direkten Lieferant*innen etabliert und pflegen dieses?
- Wie zufrieden sind unsere Lieferant*innen hinsichtlich Preisgestaltung, Zahlungs- und Lieferkonditionen und ihres Anteils an der Wertschöpfung?
- (VB) Wie überwachen wir die Wirksamkeit unserer Richtlinien und Maßnahmen hinsichtlich fairer und gerechter Geschäftspraktiken gegenüber unseren direkten Lieferant*innen?

Verifizierungsindikatoren

- Durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehung mit direkten Lieferant*innen.
- (VB) Lieferantenzufriedenheit gemessen durch Umfragen.
- Einschätzung der eigenen Marktmacht.

Bewertungsstufen



Vorbildlich
Mit allen Direktlieferant*innen bestehen faire Geschäftsbeziehungen, die auf strengen ethischen Grundsätzen basieren. Die durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehung mit Direktlieferant*innen beträgt mindestens zehn Jahre und/oder alle Direktlieferant*innen sind mit Preisgestaltung, Zahlungs- und Lieferbedingungen sowie der Verteilung der Wertschöpfung entlang der Lieferkette sehr zufrieden.

Erfahren
Mit allen direkten Lieferant*innen bestehen faire Geschäftsbeziehungen. Die durchschnittliche Dauer der Zusammenarbeit mit Lieferant*innen beträgt mindestens fünf Jahre und/oder die meisten Lieferant*innen sind mit Preisgestaltung, Zahlungs- und Lieferbedingungen sehr zufrieden.

Fortgeschritten
Maßnahmen zum Aufbau einer fairen Geschäftsbeziehung mit Direktlieferant*innen wurden erfolgreich umgesetzt. Die durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehung mit Direktlieferant*innen beträgt mindestens drei Jahre und/oder mindestens die Hälfte aller Direktlieferant*innen ist mit Preisgestaltung, Zahlungs- und Lieferbedingungen zufrieden.

Erste Schritte
Die Geschäftsbeziehungen mit den direkten Lieferant*innen werden auf Fairness und Solidarität überprüft, Strategien zur Verbesserung entwickelt und erste Schritte eingeleitet.

Basislinie
Gesetzliche Vorgaben hinsichtlich Zahlungs- und Lieferbedingungen werden eingehalten. Darüber hinausgehende Verpflichtungen zur fairen Verteilung der Wertschöpfung bestehen nicht.

Bewertungshilfen

Wenn der Verifizierungsindikator Marktmacht einer Organisation zeigt, dass ihr Einfluss sehr begrenzt ist, gelten Teile dieses Aspekts nicht. In Bezug auf faire Preise können Informationen von NGOs für einige Produkte als Orientierung dienen. Ein innovativer Ansatz zur Festlegung fairer Preise sowie Zahlungs- und Lieferbedingungen könnte darin bestehen, in Zusammenarbeit mit den Direktlieferant*innen ein System zu entwickeln, das eine für beide Seiten faire Planung ermöglicht (z. B. gemeinsame Mengenplanung mit Festpreisen und Abnahmegarantien).
Für die **Kompaktbilanz** sind keine Erhebungen notwendig, es reicht die Dokumentation von Lieferant*innenbeschwerden und deren Bearbeitung.

A2.2 Faire und gerechte Geschäftspraktiken entlang der gesamten Lieferkette

Organisationen tragen in ihrem Einflussbereich die Verantwortung dafür, dass neben ihren direkten Zulieferern auch alle anderen Beteiligten entlang der gesamten Lieferkette fair und gerecht behandelt werden. Der Umgang aller Beteiligten untereinander sollte respektvoll, fair und unterstützend sein. Eine Gemeinwohl-Organisation setzt diesen zwischenmenschlichen und geschäftlichen Anspruch konsequent um.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Welche Richtlinien/Strategien verfolgt die Organisation, um eine faire und gerechte Behandlung aller Beteiligten in ihrem Einflussbereich entlang der gesamten Lieferkette sicherzustellen?
- (VB) Inwieweit hat die Organisation tatsächliche oder potenzielle negative Auswirkungen ihrer Geschäftspraktiken gegenüber allen Beteiligten entlang der Lieferketten festgestellt?
- Welche Maßnahmen hat die Organisation ergriffen, um potenzielle negative Auswirkungen zu verhindern und abzumildern, tatsächliche negative Auswirkungen zu beenden, ihr Ausmaß zu minimieren und faire und gerechte Geschäftspraktiken entlang der gesamten Lieferkette zu etablieren? Nicht nur im Hinblick auf Preise, Zahlungs- und Lieferbedingungen, sondern auch im Hinblick auf den täglichen Geschäftsbetrieb und eine faire Beteiligung an der Wertschöpfung?
- (VB) Wie überwacht die Organisation die Wirksamkeit ihrer Richtlinien und Maßnahmen im Hinblick auf eine faire und gerechte Behandlung aller Beteiligten entlang der Lieferkette?
- Wie stellt die Organisation sicher, dass Stakeholder entlang der gesamten Lieferkette ihre Beschwerden bezüglich einer fairen und gerechten Behandlung vorbringen können?

Verifizierungsindikatoren

- Anteil der gekauften Dienstleistungen, Produkte und Rohstoffe, bei denen faire und gerechte Geschäftspraktiken entlang der gesamten Lieferkette als relevante Kaufkriterien betrachtet wurden (z. B. ein Label, das Solidarität und soziale Gerechtigkeit berücksichtigt).
- (VB) Anteil der Lieferant*innen, die auf der Grundlage einer fairen und gerechten Behandlung ihrer Vertragspartner*innen und anderer Stakeholder ausgewählt wurden und/oder mit denen dieses Thema angesprochen wurde (z. B. im Rahmen eines Verhaltenskodex für Lieferant*innen).

- (VB) Anteil der zugekauften Produkte und Rohstoffe, die bis zum Ursprung rückverfolgbar sind und für die die jeweiligen Handelspartner*innen entlang der Lieferketten bekannt sind.

Bewertungsstufen



Vorbildlich

Die Organisation verfolgt innerhalb ihres Einflussbereichs einen innovativen Ansatz, um eine faire und gerechte Behandlung aller Stakeholder entlang der Lieferketten zu gewährleisten. Für alle eingekauften Waren, Dienstleistungen und Rohstoffe kann nachgewiesen werden, dass faire und gerechte Geschäftspraktiken als verbindliche Einkaufskriterien berücksichtigt werden (also über ein anerkanntes Label verfügen) und dass alle Lieferant*innen entlang der jeweiligen Lieferketten auf dieser Basis ausgewählt wurden.

Erfahren

Für mindestens die Hälfte aller eingekauften Waren, Dienstleistungen und Rohstoffe wird nachweislich die Einhaltung fairer und gerechter Geschäftspraktiken als verbindliches Einkaufskriterium angewandt (d. h., sie verfügen über ein anerkanntes Label). Die gesamte Lieferkette wird regelmäßig auf Risiken überprüft und gegebenenfalls werden Maßnahmen und/oder Sanktionen ergriffen. Eine gerechte Verteilung der Wertschöpfung entlang der Lieferkette wird überwacht und/oder umgesetzt. Es wurden umfangreiche Maßnahmen ergriffen, um alle Beteiligten entlang der gesamten Lieferkette dabei zu unterstützen, eine faire und gerechte Behandlung aller Beteiligten umzusetzen.

Fortgeschritten

Die Organisation hat innerhalb ihres Einflussbereichs eine klare Strategie, um eine faire und gerechte Behandlung aller Stakeholder entlang der gesamten Lieferketten zu gewährleisten. Für mindestens 1/3 aller gekauften Waren, Dienstleistungen und Rohstoffe kann nachgewiesen werden, dass faire und gerechte Geschäftspraktiken als verbindliche Einkaufskriterien berücksichtigt werden (d. h., sie über ein anerkanntes Label verfügen) und die Lieferkette wird aktiv und systematisch auf Risiken überwacht. Die Organisation verlangt von allen Hauptlieferant*innen einen fairen und sozial gerechten Umgang mit den Stakeholdern und wählt sie auf dieser Grundlage aus. Es wurden erste Maßnahmen ergriffen, um die an der Lieferkette Beteiligten dabei zu unterstützen, eine faire und gerechte Behandlung ihrer Stakeholder sicherzustellen.

Erste Schritte

Die Organisation hat Informationen über Risiken und Defizite in Bezug auf Solidarität und soziale Gerechtigkeit entlang der gesamten Lieferkette eingeholt. Erste Maßnahmen zur positiven Beeinflussung einer fairen und sozial gerechten Behandlung aller Beteiligten entlang der Lieferkette wurden umgesetzt. Für einige gekaufte Waren, Dienstleistungen und Rohstoffe kann nachgewiesen werden, dass faire und gerechte Geschäftspraktiken als Einkaufskriterien berücksichtigt wurden (d. h., sie verfügen über ein anerkanntes Label).

Basislinie

Die Organisation legt keinen expliziten Wert auf eine faire und gerechte Behandlung der Stakeholder entlang der Lieferkette, hält sich jedoch an alle relevanten Gesetze und Vorschriften und missbraucht ihre Marktmacht nicht.

Bewertungshilfen

Mit „Stakeholdern" sind direkte und indirekte Lieferant*innen sowie alle anderen Beteiligten in der gesamten Lieferkette gemeint. Dabei ist zu beachten, dass der Umfang und Einflussbereich, den jede Organisation berücksichtigen muss, je nach ihrer Größe und anderen Faktoren unterschiedlich ist. Das heißt, mit größerer Macht geht auch eine größere Verantwortung einher. Zu den Risiken oder Mängeln in der Lieferkette im Hinblick auf Solidarität und soziale Gerechtigkeit zählen:

- Nichteinhaltung der Anforderungen an einen existenzsichernden Lohn
- Kinderarbeit, Zwangsarbeit, unbezahlte Überstunden
- Unterbindung des Versammlungsrechts oder der Interessensvertretung, Diskriminierung
- Unrechtmäßige Steuervermeidung
- Keine Antikorruptionspolitik
- Missbrauch von Marktmacht

Zu den Möglichkeiten, einen positiven Einfluss auszuüben, gehören:

- Feedback und Diskussionen mit Lieferant*innen
- Lieferant*innenbewertungen
- Entwicklung von Einkaufsrichtlinien und/oder Verhaltenskodizes für Lieferant*innen

Zu den unterstützenden Maßnahmen gehören:

- Gemeinsame Entwicklung von Strategien
- Gemeinsame Einführung geeigneter Zertifizierungen

Mögliche Sanktionen:

- Von der Auslistung bestimmter Waren bis zur Beendigung der Geschäftsbeziehung

Für die Kompaktbilanz können die Indikatoren 2 und 3 weggelassen werden. Eine detaillierte Antwort sollte auf die Frage gegeben werden „Welche Richtlinien/Strategien hat die Organisation eingeführt, um eine faire und gerechte Behandlung aller Stakeholder in ihrem Einflussbereich entlang ihrer gesamten Lieferketten sicherzustellen?".

A2.3 Negativaspekt: Missbrauch von Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Ein Machtungleichgewicht zwischen Organisationen und ihren direkten und indirekten Zulieferern kann zu unfairen Vorteilen führen und Abhängigkeiten schaffen. Konkrete Beispiele hierfür sind Preisdumping und Knebelverträge.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Verfügt die Organisation über Marktmacht gegenüber direkten und indirekten Lieferant*innen und wie wird diese genutzt?
- (VB) Liegen der Organisation Anhaltspunkte dafür vor, dass ihre Lieferant*innen durch ihre Marktmacht benachteiligt werden, insbesondere hinsichtlich der Zahlungs- und Lieferbedingungen?
- (VB) Welche Missstände bzw. negative Berichterstattung gab es diesbezüglich im letzten Jahr?

Verifizierungsindikatoren

Die Bewertung erfolgt anhand der Fragen. Antworten werden auch auf ihre Konsistenz mit den Berichtsabschnitten A2.1 und A2.2 hin untersucht.

Bewertungsstufe

- **0 Minuspunkte:** Das Risiko, dass die Organisation ihre Marktmacht gegenüber direkten und indirekten Lieferant*innen einsetzt, ist gering und die damit verbundenen potenziellen negativen Auswirkungen sind auf ein Minimum reduziert.
- **100 Minuspunkte:** Es liegen schlüssige Belege dafür vor, dass sich die Marktmacht der Organisation in geringem Maße nachteilig auf direkte und/oder indirekte Zulieferer auswirkt.
- **200 Minuspunkte:** Es liegen schlüssige Beweise dafür vor, dass die Organisation ihre Marktmacht missbraucht, um direkte und/oder indirekte Lieferant*innen zu benachteiligen.

Bewertungshilfen

Jede Organisation muss den potenziellen Missbrauch ihrer Marktmacht identifizieren. Anhaltspunkte hierfür können Lieferant*innenbefragungen, die Auswertung von (Rahmen-)Lieferverträgen, Einkaufsrichtlinien und Bonussystemen geben.

In der **Kompaktbilanz** sollte die Frage „Verfügt die Organisation über Marktmacht gegenüber direkten und indirekten Lieferant*innen und wie wird diese genutzt?" auch dazu verwendet werden, über Möglichkeiten des positiven Einflusses bei beschränkter Marktmacht, die KMU tendenziell haben, zu reflektieren.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der gesamten Lieferkette

Jede Organisation ist in ihrer gesamten Lieferkette mit Umweltauswirkungen konfrontiert und kann diese durch den Einkauf von Rohstoffen, Waren und Dienstleistungen beeinflussen. Organisationen sind daher für die ökologische Nachhaltigkeit in ihrer gesamten Lieferkette mitverantwortlich und sollten bestrebt sein, negative Umweltauswirkungen nach Möglichkeit zu reduzieren.

Im Hinblick auf die Bewertung von Treibhausgas-Emissionen werden bei diesem Thema gemäß der Definition im Greenhouse Gas Protocol Scope-3-Emissionen, also indirekte Emissionen, die in der Wertschöpfungskette auftreten, berichtet. Emissionen in Scope 1, also direkte Emissionen aus eigenen oder kontrollierten Quellen, und in Scope 2, also indirekte Emissionen aus der Erzeugung von gekaufter Energie, werden in E3 berichtet.

Eine GWÖ-Organisation ...

- betrachtet und bewertet den Lebenszyklus und die Lieferkette von Waren und Dienstleistungen im Hinblick auf etwaige negative Auswirkungen auf die Umwelt.
- wählt beim Einkauf die umweltfreundlichsten Optionen.
- vermeidet soweit möglich alle Güter und Dienstleistungen mit erheblichen Auswirkungen auf die Umwelt.

Einstiegsfragen

- Was wissen wir über die Umweltauswirkungen unserer Lieferkette, insbesondere im Hinblick auf unsere Hauptlieferant*innen oder jene Waren und Dienstleistungen, die mit einem hohen Umweltrisiko verbunden sind?
- Wie tragen unsere Organisation und alle Beteiligten entlang der Lieferkette zu einer geringeren Umweltbelastung bei?

A3.1 Umweltauswirkungen entlang der Lieferkette

Der Einkauf von Rohstoffen, Gütern und Dienstleistungen ist mit Umweltrisiken und -auswirkungen verbunden. Die Umweltauswirkungen entlang der Lieferkette detailliert festzustellen, kann mit erheblichem Aufwand verbunden sein. Der Gemeinwohl-Bericht sollte eine proportionale Anstrengung der Organisation zur Beantwortung der Fragen und Indikatoren aufweisen, bezogen auf die Organisationsgröße, finanzielle Ressourcen und den Marktanteil.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Welche Rohstoffe werden im Produktionsprozess verwendet und in welcher Menge?
- Welche Energiearten, Materialien und Technologien werden im Produktionsprozess eingesetzt?
- Was sind die allgemeinen Kriterien für die Auswahl von Rohstoffen, Waren und Dienstleistungen?

- (VB) Wie werden Umweltrisiken entlang der gesamten Lieferkette überwacht bzw. bewertet?
- (VB) Welche schädlichen Umweltauswirkungen gibt es entlang der Lieferkette bzw. bei der Produktion der zugekauften Güter?
- Welche Umweltkriterien werden bei der Auswahl der Lieferant*innen und ihrer Produkte berücksichtigt?
- Welche Maßnahmen wurden ergriffen, um die Umweltauswirkungen der Lieferant*innen entlang der gesamten Lieferkette zu reduzieren?
- Wie verhalten wir uns im Vergleich zu unseren Mitbewerbern im Hinblick auf umweltfreundliche Einkäufe?

Verifizierungsindikatoren

- Anteil der gekauften Waren und Dienstleistungen, die ökologisch günstigere Alternativen darstellen.
- Anteil der direkten Lieferant*innen, die ihre Umweltbelastung reduziert haben.

Bewertungsstufen



Vorbildlich
Ökologisches Einkaufsmanagement ist Teil der Organisationsidentität und -positionierung. Richtlinien für den Einkauf im Hinblick auf ökologische Kriterien und zur Reduzierung der Umweltrisiken eingekaufter Waren sind in allen Geschäftsbereichen innovativ.

Erfahren
Es wurden umfassende Einkaufsrichtlinien etabliert, die regeln, wie eingekaufte Waren nach ökologischen Kriterien bewertet und ausgewählt werden und wie Lieferant*innen in den Lieferketten bei der Umsetzung geforderter Umweltstandards unterstützt werden. Fast alle Hauptlieferant*innen erfüllen überdurchschnittliche Umweltstandards.

Fortgeschritten
Es wurden erste Maßnahmen ergriffen, um das mit der Lieferkette der gekauften Waren und Dienstleistungen verbundene Umweltrisiko oder die Umweltauswirkungen zu verringern. Es besteht die Verpflichtung, die Verwendung umweltschädlicher Produkte zu reduzieren oder bei Lieferant*innen einzukaufen, deren Lieferketten weniger negative Auswirkungen auf die Umwelt haben. Es wurden erste Schritte unternommen, um Lieferant*innen zu ermutigen, umweltschädliche Aktivitäten zu reduzieren.

Erste Schritte
Gekaufte Waren und Dienstleistungen werden auf Umweltrisiken und -auswirkungen überprüft und es wird nach ökologisch besseren Alternativen gesucht.

Basislinie
Gesetzliche Anforderungen werden eingehalten. Eine darüber hinausgehende Bewertung der Lieferant*innen hinsichtlich der Umweltauswirkungen ihrer Aktivitäten erfolgt nicht.

Hinweis: Außerdem führt das Fehlen einer Beschreibung des Lebenszyklus für relevante Produkte und Dienstleistungen zu einer Abwertung um einen Skalenpunkt für das Level „Fortgeschritten“ und höher.

Bewertungshilfen

Zur Beurteilung der Reduzierung der Umweltauswirkungen entlang der Lieferkette können bestehende Maßnahmen, Umweltzeichen und Best-Practice-Standards herangezogen werden.

- Einige Sektoren haben eine sehr große Umweltauswirkung (z. B. Energie, Verkehr, Rohstoffproduktion und Landwirtschaft). Diesen Sektoren sollte besondere Aufmerksamkeit gewidmet werden.
- Wenn Organisationen in kritischen Lieferketten deutlich weniger schädlich wirtschaften, als es aktuelle Standards verlangen, kann dies bei der Festlegung der Bewertungsstufe positiv gewertet werden.
- Mit dem Wachstum eines Unternehmens werden die Richtlinien für das Beschaffungsmanagement immer wichtiger. Je länger die Lieferketten und je größer die damit verbundenen Risiken sind, desto höher müssen die Standards sein.
- Organisationen mit einem sehr geringen Lieferkettenbewusstsein werden niedrig bewertet. Gleiches gilt, wenn sich die im Gemeinwohl-Bericht aufgeführten Maßnahmen nur auf einzelne Aspekte oder eine geringe Anzahl von Lieferant*innen beziehen.
- Ein Vergleich mit anderen Organisationen derselben Branche kann als Maßstab für die Bewertung der ergriffenen Maßnahmen dienen. Branchenübliche Umweltauswirkungen werden als „Erste Schritte" bewertet.

Beispiele für passives Verhalten:

- Keine Bewertung ökologisch besserer Alternativen.
- Die Bewertung und Auswahl der Lieferant*innen erfolgt nicht nach ökologischen Kriterien.
- Lieferant*innen können die Einhaltung gesetzlicher Anforderungen für Prozesse mit hohen Umweltauswirkungen nicht nachweisen.
- Die Produktionsprozesse in der Lieferkette entsprechen nicht den branchenüblichen Standards.

In der **Kompaktbilanz** können die Berichtsfragen zu den Umweltrisiken und Umweltauswirkungen in der Lieferkette ausgelassen werden. Es reicht, über die eigenen Bemühungen der Organisation zu berichten, eine Analyse der Sachlage in den Lieferketten ist nicht notwendig.

A3.2 Negativaspekt: Unverhältnismäßige Umweltbelastungen in der Lieferkette

Einigen Industriezweigen, Waren und Dienstleistungen wird eine unverhältnismäßig starke Umweltbelastung zugeschrieben. Eine Analyse der eingekauften Waren und Dienstleistungen der Organisation aus diesen Branchen kann dabei helfen, kritische Bereiche der Lieferketten zu identifizieren und gegebenenfalls Maßnahmen zu ergreifen.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Welche Lieferant*innen oder Güter in der Lieferkette wirken sich besonders schädlich auf die Umwelt aus?
- Welche Maßnahmen wurden ergriffen, um diese Auswirkungen zu verringern?

Verifizierungsindikatoren

- Anteil der eingekauften Waren und Dienstleistungen, die als unverhältnismäßig umweltbelastend gelten.

Bewertungsstufe

- **Basislinie**: Die Organisation weist in ihrer Lieferkette geringe Umweltrisiken auf und/oder reduziert mögliche negative Auswirkungen auf ein Minimum.
- **20 Minuspunkte**: Die Organisation kauft Güter und Dienstleistungen aus ökologisch kritischen Quellen ein; die im Einflussbereich der Organisation getroffenen Maßnahmen verringern schädliche Auswirkungen auf die Umwelt nicht ausreichend.
- **100 Minuspunkte**: Die Organisation kauft notwendige Güter und Dienstleistungen aus ökologisch kritischen Quellen und hat bisher kaum Versuche unternommen, Maßnahmen zur Verbesserung einzuleiten.
- **200 Minuspunkte**: Die Geschäftspraktiken der Organisation tragen erheblich zu negativen Auswirkungen auf die Umwelt bei.

Bewertungshilfen

Die Aufmerksamkeit sollte auf jene Waren und Dienstleistungen gerichtet werden, die als risikoreich gelten. Risiken können von ihrem Ursprungsort ausgehen, z. B., wenn sie aus Ländern mit niedrigen Standards bezogen werden, vor allem aber vom Industriesektor selbst: Verbrennung fossiler Brennstoffe, Land- und Forstwirtschaft (Landnutzungsänderungen), Atomkraft, Gentechnik, Fischerei (gefährdete Arten) usw.

Dieser Aspekt wird in der **Kompaktbilanz** vollständig berichtet.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Lieferkette

Transparenz in der Lieferkette ist Voraussetzung für ein ethisches Beschaffungsmanagement, denn nur was bekannt ist, kann auch bewertet werden. Transparente Informationen über die Lieferkette ermöglichen die Identifizierung weiterer Stakeholder: Wer hat welche Waren unter welchen Bedingungen produziert? Transparenz ist auch die Grundlage für die Mitentscheidung von Lieferant*innen und die Beteiligung der Arbeitnehmendenvertretung in den Gliedern der Lieferketten.

Eine GWÖ-Organisation …

- ist für direkte und indirekte Lieferant*innen transparent und sichert deren Mitsprache bei Entscheidungen, die sie betreffen.
- erkennt ihre Verantwortung an, Transparenz und Mitsprache bei Entscheidungen entlang der gesamten Lieferketten sicherzustellen, und entwickelt seine Geschäftspraktiken entsprechend weiter.

Einstiegsfragen

- Welche Informationen über unsere Organisation sind für unsere direkten und indirekten Lieferant*innen entlang der Lieferketten von Interesse und Relevanz?
- Welche innerhalb der Organisation getroffenen Entscheidungen wirken sich auf direkte und/oder indirekte Lieferant*innen aus?
- Wer sind unsere direkten und indirekten Geschäftspartner*innen in der Lieferkette und inwieweit verhalten sie sich gegenüber anderen Stakeholdern transparent und partizipativ?
- Wie stark ist unser direkter und indirekter Einfluss auf die Lieferkette, um Transparenz und Mitsprache gegenüber allen Stakeholdern sicherzustellen?
- Wie weit reicht unser direkter und indirekter Einfluss in unseren Lieferketten, um Transparenz und Mitsprache aller Beteiligten zu gewährleisten?

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen

Transparenz gegenüber Direktlieferant*innen wird dadurch bestimmt, ob und in welchem Umfang Informationen weitergegeben werden. Dabei kommt es auf den Umfang und die Art der Weitergabe von Informationen an. Mitentscheidung spielt eine wichtige Rolle bei der Stärkung der Position von Direktlieferant*innen und kann gleichzeitig dabei helfen, Geschäftsprozesse zu optimieren.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Inwieweit haben wir Transparenz und Mitsprache gegenüber unseren direkten Lieferant*innen in unsere Richtlinien integriert?
- Inwieweit haben wir tatsächliche oder potenzielle negative Auswirkungen hinsichtlich Transparenz und Mitsprache gegenüber unseren direkten Zulieferern festgestellt?

- (VB) Welche Maßnahmen haben wir ergriffen, um mögliche negative Auswirkungen zu verhindern bzw. abzumildern, tatsächliche negative Auswirkungen zu beenden bzw. ihre Folgen zu minimieren und um Transparenz und Mitsprache mit unseren direkten Zulieferern herzustellen?
- (VB) Wie gut sind Beschwerdeverfahren hinsichtlich Transparenz und Mitbestimmung bei unseren direkten Lieferant*innen etabliert und begleitet?
- Wie zufrieden sind unsere direkten Lieferant*innen hinsichtlich unserer Transparenz und ihrer Mitsprachemöglichkeiten?
- (VB) Wie überwachen wir die Wirksamkeit unserer Richtlinien und Maßnahmen hinsichtlich Transparenz und Mitbestimmung gegenüber unseren direkten Lieferant*innen?

Verifizierungsindikatoren

- Durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehung mit direkten Lieferant*innen.
- Lieferant*innenzufriedenheit hinsichtlich Transparenz und Mitbestimmung (u. a. über Befragungsergebnisse).

Bewertungsstufen



Vorbildlich
Mit allen direkten Lieferant*innen bestehen transparente und partizipatorische Geschäftsbeziehungen, die auf überdurchschnittlichen Möglichkeiten zur Mitentscheidung basieren. Alle direkten Lieferant*innen sind mit der Informationspolitik der Organisation und ihren Mitsprachemöglichkeiten sehr zufrieden.

Erfahren
Mit allen direkten Lieferant*innen bestehen transparente und partizipatorische Geschäftsbeziehungen. Bis auf wenige Ausnahmen sind die direkten Lieferant*innen mit der Informationspolitik der Organisation und den Mitsprachemöglichkeiten sehr zufrieden.

Fortgeschritten
Maßnahmen zur Schaffung transparenter und partizipativer Geschäftsbeziehungen mit direkten Lieferant*innen wurden erfolgreich umgesetzt. Bis auf wenige Ausnahmen sind die direkten Lieferant*innen mit der Informationspolitik der Organisation und den Mitsprachemöglichkeiten zufrieden.

Erste Schritte
Die Geschäftsbeziehungen zu den direkten Lieferant*innen sind auf Transparenz und Mitsprachemöglichkeiten geprüft, Verbesserungsstrategien aufgesetzt und erste Maßnahmen umgesetzt.

Basislinie
Die Organisation versucht nicht, über die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich ihrer Transparenz gegenüber direkten Lieferant*innen hinauszugehen. Direkte Lieferant*innen haben keine Mitspracherechte.

Bewertungshilfen

Je stärker ein direkter Lieferant von einer Entscheidung betroffen ist, desto wichtiger ist die Einbindung in den Entscheidungsprozess. Mögliche Bereiche für die Mitsprache können beispielsweise die Mengenplanung von Rohstoffen sowie Zahlungs- und Lieferbedingungen sein. Die Mitsprachemöglichkeiten für Lieferant*innen können von Konsultation und Dialog bis hin zur aktiven Teilnahme am Entscheidungsprozess reichen. Entscheidungsfindung, Einwände und Gegenstimmen sollten angemessen dokumentiert werden.

In der **Kompaktbilanz** muss die begrenzte Marktmacht insofern berücksichtigt werden, als dass eine detaillierte Berichterstattung über Maßnahmen zur Vermeidung und Abmilderung potenzieller negativer Auswirkungen, zur Beendigung tatsächlicher negativer Auswirkungen und zur Herstellung von Transparenz mit direkten Zulieferern entfallen kann. Es muss jedoch detailliert berichtet werden, wie Transparenz und Mitbestimmung in die Richtlinien integriert sind und welche Verbesserungspotenziale identifiziert wurden.

A4.2 Positiver Einfluss auf Transparenz und Mitentscheidung entlang der Lieferkette

Unternehmen und andere Organisationen tragen im Rahmen ihrer Einflussmöglichkeiten die Verantwortung dafür, Transparenz und Mitentscheidung sicherzustellen, zu unterstützen und zu fördern entlang der gesamten Lieferkette.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Über welche Richtlinien/Strategien verfügt die Organisation, um Transparenz und Mitsprache aller Stakeholder in ihrem Einflussbereich entlang ihrer gesamten Lieferketten zu gewährleisten?
- (VB) Inwieweit hat die Organisation tatsächliche oder potenzielle negative Auswirkungen hinsichtlich der Transparenz und Mitbestimmung gegenüber allen Beteiligten entlang der Lieferkette festgestellt?
- Welche Maßnahmen hat die Organisation ergriffen, um potenzielle negative Auswirkungen zu verhindern bzw. abzumildern, tatsächliche negative Auswirkungen zu beenden, ihre Auswirkungen zu minimieren und Transparenz und Mitbestimmung über die gesamten Lieferketten hinweg zu gewährleisten?
- (VB) Wie überwacht die Organisation die Wirksamkeit ihrer Richtlinien und Maßnahmen hinsichtlich Transparenz und Mitbestimmung aller Beteiligten entlang der Lieferkette?
- (VB) Wie stellt die Organisation sicher, dass Stakeholder entlang der Lieferketten ihre Beschwerden hinsichtlich Transparenz und Mitbestimmung vorbringen können?

Verifizierungsindikatoren

- (VB) Anteil der eingekauften Produkte und Rohstoffe, bei denen Transparenz und Mitbestimmung als verbindliche Einkaufskriterien berücksichtigt wurden (also die über ein Label verfügen, das Transparenz, Mitbestimmung etc. berücksichtigt).
- Anteil der Lieferant*innen, mit denen Transparenz und Beteiligung gegenüber allen

Stakeholdern angesprochen und/oder die auf dieser Basis ausgewählt wurden.
- (VB) Anteil der zugekauften Produkte und Rohstoffe, deren Lieferketten bis zum Ursprung zurückverfolgt werden können und deren jeweilige Handelspartner*innen bekannt sind.

Bewertungsstufen



Vorbildlich

Die Organisation verfolgt innerhalb ihres Einflussbereichs einen innovativen Ansatz, um Transparenz und Mitbestimmung für alle Stakeholder zu gewährleisten. Für alle eingekauften Waren, Dienstleistungen und Rohstoffe kann nachgewiesen werden, dass Transparenz und Mitbestimmung über die gesamte Lieferkette hinweg als verbindliche Einkaufskriterien berücksichtigt werden (z. B. über ein entsprechendes Label) und alle Lieferant*innen auf dieser Basis ausgewählt werden.

Erfahren

Mindestens für die Hälfte aller eingekauften Produkte, Dienstleistungen und Rohstoffe ist nachweislich Transparenz und Mitbestimmung über die gesamte Lieferkette hinweg als verbindliches Kaufkriterium berücksichtigt und alle Lieferant*innen werden auf dieser Basis ausgewählt. Die Lieferkette wird regelmäßig auf Risiken und Mängel hin überprüft und gegebenenfalls werden umgehend Maßnahmen und/oder Sanktionen ergriffen. Um Transparenz und Mitbestimmung für alle Beteiligten zu gewährleisten, wurden umfassende Maßnahmen zur Unterstützung aller Stakeholder in der Lieferkette ergriffen.

Fortgeschritten

Die Organisation hat innerhalb ihres Einflussbereichs eine klare Strategie, um Transparenz und Mitbestimmung für alle Stakeholder zu gewährleisten. Für mindestens ein Drittel aller eingekauften Produkte, Dienstleistungen und Rohstoffe kann nachgewiesen werden, dass Transparenz und Mitbestimmung über die gesamte Lieferkette hinweg als verbindliche Kaufkriterien berücksichtigt werden und dass die Mehrheit der Lieferant*innen auf dieser Grundlage ausgewählt wurde. Die Lieferkette wird aktiv und systematisch auf Risiken und Mängel überwacht. Die Organisation fordert von allen Hauptlieferant*innen Transparenz und Mitbestimmung für ihre Stakeholder und wählt sie auf dieser Grundlage aus. Erste Maßnahmen wurden ergriffen, um alle Stakeholder in der Lieferkette dabei zu unterstützen, Transparenz und Mitbestimmung für alle Beteiligten sicherzustellen.

Erste Schritte

Die Organisation hat Informationen über Risiken und Defizite in Bezug auf Transparenz und Mitbestimmung in der Lieferkette eingeholt. Erste Maßnahmen zur positiven Beeinflussung von Transparenz und Mitbestimmung für alle Beteiligten in der Lieferkette wurden umgesetzt. Für einige zugekaufte Produkte, Dienstleistungen und Rohstoffe kann nachgewiesen werden, dass Transparenz und Mitbestimmung als Einkaufskriterien berücksichtigt und die Lieferant*innen auf dieser Basis ausgewählt wurden.

Basislinie

Die Organisation legt keinen expliziten Wert auf Transparenz und Mitbestimmung in der Lieferkette, hält sich jedoch an alle geltenden Gesetze und Vorschriften.

Bewertungshilfen

Mit „Stakeholdern" sind direkte und indirekte Lieferant*innen sowie alle anderen Beteiligten entlang der gesamten Lieferkette gemeint. Dabei ist zu beachten, dass der Umfang und Einflussbereich jeder Organisation je nach Größe und anderen Faktoren unterschiedlich ist. Das heißt, mit mehr Macht geht auch mehr Verantwortung einher. Zu den Risiken oder Defiziten in der Lieferkette in Bezug auf Transparenz und Mitbestimmung zählen:

- (VB) Erzwungene Zusammenarbeit oder ein Übernahmekampf mit Zulieferorganisationen
- Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht
- (VB) Gründung von Tochtergesellschaften oder Beteiligungsunternehmen mit undurchsichtigen Strukturen

Zu den Möglichkeiten, einen positiven Einfluss auszuüben, gehören:

- Feedback und Diskussionen mit Lieferant*innen
- Lieferant*innenbewertung
- Entwicklung von Einkaufsrichtlinien und/oder Verhaltenskodizes für Lieferant*innen

Zu den unterstützenden Maßnahmen gehören:

- Gemeinsame Entwicklung von Strategien
- Gemeinsame Einführung geeigneter Zertifizierungen

Mögliche Sanktionen:

- Von der Auslistung bestimmter Produkte bis zur Beendigung der Geschäftsbeziehung
- Einreichen von Klagen über Verstöße gegen gesetzliche Vorschriften

In der **Kompaktbilanz** müssen die Produkte und die Lieferketten der Rohstoffe nicht im Detail analysiert werden. Lediglich der Verifizierungsindikator „Anteil der Lieferant*innen, mit denen Transparenz und Beteiligung gegenüber allen Stakeholdern besprochen und/oder die auf dieser Grundlage ausgewählt wurden" muss detailliert berichtet werden.

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Eine Gemeinwohl-Organisation sieht Geld nur als Zahlungsmittel und lebt einen ethischen Umgang mit Geldmitteln. Profitmaximierung ist nicht das Hauptziel oder der Erfolgsindikator einer Gemeinwohl-orientierten Organisation. Der Umgang mit Geld wird ohne unangemessenen Druck zur Gewinnmaximierung und unter Achtung der Menschenwürde gestaltet.

Wenn eine Organisation ihre Geschäftstätigkeit hauptsächlich aus den einbehaltenen Gewinnen und durch Eigenkapital von werteverbundenen Eigentümer*innen und Dritten finanzieren kann, minimiert dies das Risiko, gegen eigene Werte handeln zu müssen. Der Druck, die Erwartungen breiterer Kapitalmärkte und Investoren erfüllen zu müssen, z. B. finanzielle Renditeerwartungen, ist geringer und damit auch der Druck, hohe Renditen erwirtschaften zu müssen. Bei Gemeinwohl-orientierten Organisationen werden die Auswirkungen der Finanzierungsarten und Finanzprodukte auf das Wohlergehen aller Beteiligten kritisch geprüft, um Chancen zu stärken und Risiken zu vermeiden.

Den Eigentümer*innen kommt dabei eine entscheidende Rolle zu. Mit Eigentum sind zwei wesentliche Eigenschaften verbunden, die verantwortungsvoll ausgeübt werden müssen: Entscheidungsrechte und Haftung. Die Verantwortung für die Auswahl der notwendigen Partner*innen bei der Unternehmensfinanzierung liegt bei den Eigentümer*innen bzw. ihren benannten Vertretenden. Besonders wichtig sind die Sicherung der Autonomie des Unternehmens sowie das kritische Hinterfragen der Bedingungen und Auswirkungen von Finanzprodukten. Wichtig ist zudem, bei Finanztransaktionen keine zusätzlichen Risiken einzugehen, um den ethischen Umgang mit allen Berührungsgruppen nicht zu gefährden.

Eine GWÖ-Organisation …

- betreibt ihr Finanzmanagement nach verantwortungsvollen ethischen Grundsätzen.
- arbeitet an ihrer bestehenden Finanzierungsstruktur, um ihre ethischen Grundsätze zu leben.
- strebt eine Finanzierung an, die ihre Unabhängigkeit und Autonomie gewährleistet, sodass alle Entscheidungen unbeeinflusst getroffen werden können. Dies kann die Erhöhung der Eigenkapitalquote oder die Zusammenarbeit mit Finanzpartner*innen sein, die keine kurzfristige Gewinnmaximierung verfolgen.

Einstiegsfragen

- Wie sichern wir unsere Unabhängigkeit und Autonomie?
- Wie setzen wir eine soziale und solidarische Finanzierung in unserem Unternehmen um?
- Wie beurteilen wir die ethische Position unserer Finanzpartner*innen?

B1.1. Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

Finanzielle Unabhängigkeit und Autonomie einer Organisation erhöhen die Entscheidungsfreiheit und fördern wertebasierte Entscheidungen. Dies kann auf unterschiedliche Arten

erreicht werden. Ein hoher Eigenkapitalanteil ermöglicht finanzielle Unabhängigkeit, wirtschaftliche Belastbarkeit und schützt das Unternehmen vor unerwünschten externen Einflüssen und unnötigen finanziellen Risiken.

Dieser Aspekt ist nur zu berichten, wenn B1.2 nicht zutrifft. Dieser Aspekt ist von Ein-Personen-Unternehmen nicht zu berichten, es sei denn, die geltenden EU-Grenzen für die Bilanzsumme oder den Umsatz von Kleinstunternehmen werden überschritten.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- (VB) Wurde die Höhe des angestrebten Eigenkapitals unter Berücksichtigung der Risikowahrscheinlichkeiten geprüft?
- Gibt es Regeln für die Verwendung von Erträgen?

Verifizierungsindikatoren

- Eigenkapitalquote
- Branchenübliche Eigenkapitalquote
- Verwendung des Bilanzgewinns der letzten 5 Jahre
- Geplante Reservenbildung im laufenden und nächsten Jahr

Bewertungsstufen



Vorbildlich
Die Eigenkapitalquote ist innerhalb der Branche vorbildlich, d. h., sie liegt etwa 80 % über dem Branchendurchschnitt. Der Vergleich mit dem Branchendurchschnitt wird in 4 Schritten für die Bewertung durchgeführt (>70 %, >80 %, >90 %, >100 %). Bei einer absoluten Eigenkapitalquote von mindestens 70 % werden die Anforderungen für die Bewertungsstufe auf jeden Fall erreicht.

Erfahren
Die Eigenkapitalquote ist innerhalb der Branche vorbildlich. Der Vergleich mit dem Branchendurchschnitt wird in 3 Schritten (>50 %, >60 %, >70 % über dem Branchendurchschnitt) durchgeführt für die Bewertung. Bei einer absoluten Eigenkapitalquote von 60 % werden die Anforderungen für die Bewertungsstufe auf jeden Fall erreicht.

Fortgeschritten
Die Eigenkapitalquote liegt deutlich über dem Branchendurchschnitt. Der Vergleich mit dem Branchendurchschnitt wird in 2 Schritten (>40 %, >50 % über dem Branchendurchschnitt) durchgeführt für die Bewertung. Bei einer absoluten Eigenkapitalquote von 50 % werden die Anforderungen für die Bewertungsstufe in jedem Fall erreicht.

Erste Schritte
Es wurden ausreichende Ziele und Eigenkapitalniveaus zur Risikoabdeckung festgelegt und mit der Erhöhung der Eigenkapitalquote begonnen, um eine bestehende Lücke zum Branchendurchschnitt zu schließen. Um eine höhere Bewertung zu erreichen, muss eine Mindestquote von 25 % Eigenkapital absolut erreicht werden.

Basislinie
Das feste Grundkapital ist eingezahlt bzw. eingebracht und die Eigenkapitalquote entspricht den gesetzlichen Mindestanforderungen.

Bewertungshilfen

Eine hohe Eigenkapitalquote ist wichtig für Investitionen in Anlagevermögen und zur Absicherung gegen Geschäftsrisiken wie Umsatzrückgang, saisonale Schwankungen, widrige Witterungsbedingungen, Abhängigkeit von bestimmten Ressourcen und Fähigkeiten oder Zinsänderungen. Für Geschäftsmodelle mit gesichertem regelmäßigem Einkommen, ohne Vermögenswerte und ohne Vorfinanzierungsbedarf kann dieser Aspekt weniger wichtig sein. Der Branchendurchschnitt sollte im Kontext von Organisationen derselben Branche mit vergleichbaren Produkten oder Dienstleistungen sowie in Bezug auf regionale (geltende Gesetzgebung) und rechtliche Vergleichbarkeit (Rechtsform der Organisation) betrachtet werden.

Die Eigenkapitalquote ist definiert als der Gesamtwert des Eigenkapitals in der Bilanz des Unternehmens geteilt durch den Gesamtwert der Vermögenswerte (Gesamtkapital). Banken berechnen die Eigenkapitalquote als Verhältnis des „bereinigten Eigenkapitals" zum Gesamtkapital. Die Eigenkapitalquote aus einem Bankbericht kann daher leicht von unserer vereinfachten Berechnung abweichen.

Nicht bilanzierende Unternehmen, beispielsweise Unternehmen, die eine Einnahmen-Überschuss-Rechnung erstellen, können das zum Stichtag im Unternehmen vorhandene Eigenkapital approximieren.

Anlagenverzeichnis zur Ermittlung der Abschreibungen für Abnutzung und Verschleiß:

Anschaffungswert abzüglich bisher kumulierter Abschreibungen =
Nettobuchwert des Anlagevermögens
+ Anschaffungswert des Betriebsgrundstücks
+ am Bilanzstichtag vorhandene Vorräte (geschätzter Anschaffungswert)
+ noch nicht abgerechnete, vor dem Bilanzstichtag bereits erbrachte Leistungen
+ offene Forderungen gegenüber Kund*innen
(Zahlungseingang nach dem Bilanzstichtag)
+ Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten am Bilanzstichtag
+ gewährte Darlehen (offene Beträge am Bilanzstichtag)
+ sonstige Forderungen am Bilanzstichtag
= Betriebsvermögen (Vermögenswerte)

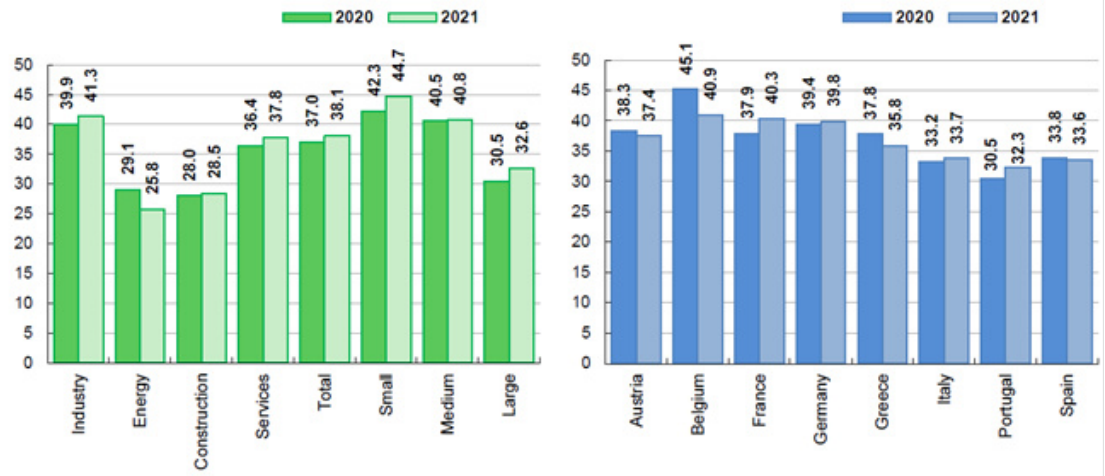
Bankverbindlichkeiten zum Bilanzstichtag
+ sonstige Darlehensverbindlichkeiten (offener Betrag zum Bilanzstichtag)
+ erhaltene Darlehen (offener Betrag zum Bilanzstichtag)
+ von Kund*innen erhaltene Anzahlungen (Zahlungseingänge vor dem Bilanzstichtag)
+ ausstehende Lieferrechnungen (Zahlungsausgänge nach dem Bilanzstichtag)
+ Verbindlichkeiten aus Steuern und Abgaben (Zahlung nach dem Bilanzstichtag)
+ sonstige Verbindlichkeiten (Zahlungsausgänge nach dem Bilanzstichtag)
+ eventuell noch zu leistende Verbindlichkeiten (geschätzter Wert)
= Betriebsschulden (Fremdkapital)

Dann Betriebsvermögen
- Betriebsschulden (Fremdkapital)
= Eigenkapital (ungefähr)

Banken und Versicherungen müssen zwischen „Kernkapital“ und „Ergänzungskapital“ unterscheiden.

Quellen für die durchschnittliche Eigenkapitalquote der Branche finden sich in nationalen Statistiken und Branchenstatistiken. Es können regionale Unterschiede auftreten. Falls keine besseren Vergleichsdaten verfügbar sind, kann eine Auswahl aus den folgenden europäischen Medianwerten verwendet werden oder eine Orientierung nach Organisationsgröße.

CHART 12 MEDIAN EQUITY RATIO 2020-2021 (in %)



Source: ERICA 2021 sliding sample.

Die folgende Tabelle zeigt Ergebnisse des *KfW-Mittelstandspanels 2023 – Tabellenband.*

Tabelle 15: Durchschnittliche Eigenkapitalquoten

– in Prozent –

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
FTE-Beschäftigtengrößenklassen							
Weniger als 10	22,5	22,6	22,4	22,2	17,4	23,5	22,8
10 bis 49	30,0	32,1	33,5	31,5	31,3	30,1	31,1
50 und mehr Beschäftigte	33,6	33,9	34,8	37,0	36,4	35,0	34,7
Branchen							
FuE-intensives Verarbeitendes Gewerbe	30,0	29,4	32,2	34,6	32,8	35,7	33,2
Sonstiges Verarbeitendes Gewerbe	38,1	38,3	41,1	41,1	39,2	39,6	38,7
Bau	14,0	21,3	25,0	24,3	18,7	24,0	24,6
Wissensintensive Dienstleistungen	27,7	28,0	26,8	28,2	24,9	26,9	27,0
Sonstige Dienstleistungen	32,7	32,5	33,9	32,8	34,4	32,0	31,3
Gesamter Mittelstand	*30,0*	*31,2*	*31,2*	*31,8*	*30,1*	*31,4*	*31,2*

Anmerkung: Die Eigenkapitalquote ist definiert als Quotient aus Eigenkapital und Bilanzsumme. Ausgewiesen werden jeweils mit der Bilanzsumme gewichtete Mittelwerte der Eigenkapitalquote. Zur Berechnung werden nur bilanzierungspflichtige Unternehmen herangezogen.

Weitere Quellen sind in den Hintergrundinformationen zu finden. Für den Bankensektor gelten gesetzlich geregelte Mindest-Eigenkapital-Quoten. Der Indikator kann für europäische Banken über den Eurostat Indikator „Verschuldungsgrad der finanziellen Kapitalgesellschaften" abgeschätzt werden.

Für Organisationen, die eine **Kompaktbilanz** erstellen, sind umfassende Risikobewertungen nicht erforderlich und die Frage „Wurde die Höhe des angestrebten Eigenkapitals unter Berücksichtigung der Risikowahrscheinlichkeiten geprüft?" kann entfallen. In der Kompaktbilanz sind die vorliegende Eigenkapitalquote und eine angestrebte Eigenkapitalquote, die auf impliziter Marktanalyse und erwarteter Marktentwicklung der Organisation basiert, ausreichend.

B1.2. Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung für Selbstverwaltungsorganisationen

Selbstverwaltete Organisationen haben andere Einkommensstrukturen und Auflagen, beispielsweise bei Gemeinnützigkeit, als Unternehmen und For-profit-Organisationen. Um die Unabhängigkeit und Autonomie einer selbstverwalteten Organisation zu gewährleisten, ermöglicht ein hohes Maß an Einnahmen aus eigenen Aktivitäten finanzielle Unabhängigkeit, wirtschaftliche Belastbarkeit und schützt eine Organisation vor unerwünschten externen Einflüssen und vor unnötigen finanziellen Risiken.

Dieser Aspekt wird nur berichtet, wenn B1.1 nicht zutrifft.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Welche Arten von Mitgliedervorteilen stehen der Organisation zur Verfügung und welchen Geldwert stellen sie dar?
- Welche anderen Finanzierungsmöglichkeiten, die die Autonomie der Organisation nicht beeinträchtigen, wurden in Betracht gezogen?
- Wird dies durch eine entsprechende Fundraising-Strategie unterstützt?

Verifizierungsindikatoren

- Anteil der Mitgliedsbeiträge am jährlichen ordentlichen Budget.
- Anteil der sonstigen Einnahmen aus eigener Tätigkeit am jährlichen ordentlichen Budget.
- Anteil der Fundraising-Ergebnisse am jährlichen ordentlichen Budget.

Bewertungsstufen



Vorbildlich

Die jährlichen Einnahmen aus Mitgliedsbeiträgen, Erträge aus eigenen Aktivitäten und Spenden reichen aus, um die Ausgaben des Geschäftsjahres zu decken, Investitionen zu tätigen und Projekte zu entwickeln. Die Spendenstrategie definiert Ausschlusskriterien für Spender. Die Selbstverwaltungskörperschaft achtet nicht nur darauf, dass die Mittel zur Förderung des Gemeinwohls eingesetzt werden, sondern lehnt auch Mittel aus Quellen ab, die nicht den Werten des Gemeinwohls entsprechen.

Erfahren

Die jährlichen Einnahmen aus Mitgliedsbeiträgen, Erträgen aus eigenen Aktivitäten und Spenden reichen zur Deckung der Aufwendungen des Geschäftsjahres und der Investitionen aus. Die Verwendung der eingeworbenen Mittel, einschließlich zweckgebundener Spenden, erfolgt Gemeinwohl-orientiert und unabhängig von Investor*innen.

Fortgeschritten

Die jährlichen Einnahmen aus Mitgliedsbeiträgen, Einnahmen aus eigenen Aktivitäten und Spenden decken die Ausgaben des Geschäftsjahres. Die Spendensammelstrategie ist diversifiziert und die Verwendung der meisten Mittel erfolgt unter Berücksichtigung der Werte des Gemeinwohls.

Erste Schritte

Ziele für die Erreichung und Höhe ausreichender Mitgliedsbeiträge und Einnahmen aus eigener Tätigkeit, um Risiken zu begegnen, wurden entwickelt und mit der Umsetzung begonnen. Die Mittelbeschaffungsstrategie ist umgesetzt und die Mittelverwendung entspricht den ethischen Werten der Selbstverwaltungskörperschaft.

Basislinie

Ein Mitgliederverband verfügt über eine Beitragsordnung. Eine Spendenstrategie wird entwickelt. Die Verwendung der Mittel entspricht den gesetzlichen Vorgaben.



Bewertungshilfen

Eine Selbstverwaltungskörperschaft ist eine Körperschaft des öffentlichen Rechts, die das Recht erhält, ihre eigenen Angelegenheiten selbständig zu regeln (Selbstverwaltung). Hierzu zählen insbesondere:

- Kommunen (kommunale Selbstverwaltung)
- Hochschulen (Hochschulselbstverwaltung)
- berufsständische Vereinigungen (berufliche Selbstverwaltung)
- öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten, Krankenkassen, Rentenversicherungsträger, Berufsgenossenschaften (Selbstverwaltung der Sozialversicherungsträger)
- Vereine und autonome Organisationen
- Non-Profit-Organisationen

Bei Vereinen und autonomen Organisationen ist der Anteil der Eigenfinanzierung durch Mitgliedsbeiträge ausschlaggebend. Non-Profit-Organisationen müssen auf die Zweckbestimmung und Begrenzung ihrer finanziellen Rücklagen achten.

In der **Kompaktbilanz** muss dieser Aspekt, wenn zutreffend, vollständig berichtet werden.

B1.3 Gemeinwohl-orientierte Fremdfinanzierung

Jede Kreditaufnahme ist eine Verpflichtung zur Wertschöpfungssteigerung. Die Wertschöpfung muss gesteigert werden, um Zinsen und Rückzahlungen leisten zu können. Fremdkapital sollte vorrangig durch solidarische Finanzierung aufgebracht werden, zum Beispiel durch Kredite von Kund*innen oder Geschäftspartner*innen, Genossenschaftsanteile, Spenden oder Crowdfunding-Modelle. Die Geldgeber*innen sollten dieselben ethischen Werte teilen.

Nur wenn diese Optionen nicht anwendbar sind, sollten Kredite bei ethischen Banken in Betracht gezogen werden. Sollte es notwendig sein, einen Kredit bei einer Geschäftsbank aufzunehmen, sollten die Bedingungen und Konditionen auf zusätzliche damit verbundene Risiken geprüft werden.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Welche Art und Höhe der Finanzierung durch Stakeholder und/oder ethische Banken ist umsetzbar und angemessen?
- Wie können konventionelle Kredite ersetzt und finanzielle Risiken gemindert werden?

Verifizierungsindikatoren

- Fremdkapitalquote (% des Fremdkapitals).
- Bestehende Finanzierungen nach Art (in Tausend EUR).

Bewertungsstufen



Vorbildlich
Überwiegend solidarische Finanzierung durch Stakeholder und/oder Kredite einer Ethikbank und vollständige Rückzahlung konventioneller Kredite.

Erfahren
Solidarische Finanzierungen durch Stakeholder und/oder Kredite einer ethischen Bank bilden einen wesentlichen Teil der Unternehmensfinanzierung und ermöglichen eine beschleunigte Rückzahlung bestehender konventioneller Kredite.

Fortgeschritten
Laufende Umsetzung einer solidarischen Finanzierung durch Stakeholder und/oder von Krediten einer ethischen Bank sowie Rückzahlungs-/Refinanzierungsmaßnahmen für konventionelle Kredite sind vorhanden.

Erste Schritte
Organisation und Anbahnung einer teilweisen solidarischen Finanzierung durch Stakeholder und/oder von Krediten bei einer ethischen Bank.

Basislinie
Die Schuldentilgungsdauer richtet sich nach der Abschreibungsdauer des finanzierten Vermögenswerts, maximal jedoch nach 14 Jahren (bei Abweichungen gilt anwendbares Recht).

Bewertungshilfen

Weitere finanzielle Risiken herkömmlicher Kredite sind häufig zusätzliche Gebühren, hohe und/oder flexible Zinssätze, kurze Rückzahlungs- oder Fälligkeitsfristen, Währungsrisiken (Fremdwährungskredite), Rückzahlungsmodalitäten, Zinsswaps und dergleichen. Diese Aspekte konventioneller Kredite beinhalten spekulative Faktoren und bergen daher Risiken, die es zu vermeiden gilt.

Berechnung der Bewertungsstufe Basislinie
Berechnung der (fiktiven) Schuldentilgungsdauer in Jahren zu einem Stichtag:

Schuldentilgungszeitraum =
Verbindlichkeiten
- Barmittel und Barmitteläquivalente
/ geteilt durch Cashflow

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente =
Kassenbestand
+ Bankguthaben
+ kurzfristige Wertpapiere

Cashflow =
Zahlungseingänge
- Zahlungsausgänge (direkt berechnet)

oder

Jahresüberschuss nach Steuern
+ Abschreibungen und Amortisierungen
+ Zuführung zu Rückstellungen (indirekt berechnet).

Die Kennzahl geht davon aus, dass der gesamte Cashflow weiterhin eingenommen und vollständig zur Tilgung der Verbindlichkeiten verwendet wird, also „notional" ist.

In der **Kompaktbilanz** muss dieser Aspekt vollständig berichtet werden.

B1.4 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen

Das ethische Management der Finanzen eines Unternehmens kann durch die Wahl von Finanzpartner*innen unterstützt werden, die sich ebenfalls entsprechenden ethischen Werten verpflichtet fühlen. Ethik- und Nachhaltigkeitsratings können bei dieser Auswahl hilfreich sein, müssen aber auch genau geprüft werden, um sicherzustellen, dass sie relevante Informationen liefern.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Mit welchen Finanzpartner*innen arbeitet das Unternehmen?
- Wie werden Finanzpartner*innen bewertet im Rahmen ethischer und nachhaltiger Kriterien?

Verifizierungsindikatoren

- Bis zu drei wesentliche Finanzpartner*innen: jeweils das Institut (z. B. Bank), das Finanzprodukt (z. B. Darlehen) und der durchschnittliche jährliche Geschäftsumfang mit diesem Institut.

Bewertungsstufen



Vorbildlich
Finanzpartner*innen erbringen ausschließlich ethisch nachhaltige Finanzdienstleistungen, sie arbeiten nach Prinzipien, die mit dem wertebasierten Finanzhandeln „Value-Based Banking" vergleichbar sind.

Erfahren
Finanzpartner*innen sind überwiegend auf ethisch nachhaltige Finanzdienstleistungen spezialisiert.

Fortgeschritten
Finanzpartner*innen bieten eine breite Palette nachhaltiger und ethischer Finanzprodukte an und beteiligen sich nicht direkt an kritischen Projekten.

Erste Schritte
Finanzpartner*innen haben ihre eigenen nachhaltigen und ethischen Finanzprodukte.

Basislinie
Finanzpartner*innen stellen die Risiken der von ihnen angebotenen oder nachgefragten Produkte und Dienstleistungen klar dar.

Bewertungshilfen

Finanzpartner*innen sind Finanzmarktteilnehmer im Sinne der Verordnung (EU) 2019/2088 über nachhaltigkeitsbezogene Offenlegungspflichten im Finanzdienstleistungssektor, unabhängig von der Art ihrer Produkte oder Dienstleistungen. Mit der Regulierung nachhaltigkeitsbezogener Offenlegungen im Finanzdienstleistungssektor kommt etwas Transparenz über die Nachhaltigkeitsorientierung im Finanzmarkt. Das aktive Streben nach Nachhaltigkeitszielen durch Finanzmarktteilnehmer ist jedoch häufig noch immer kein Leitbild. Die Verantwortung für ethische Geldflüsse wird noch häufig den beauftragenden Kund*innen zugeschrieben. Dennoch sind die neu aufkommenden Bewertungen der Institute informativ und können zu bewussten Entscheidungen hinsichtlich Finanzpartner*innen beitragen.

Banken mit Gemeinwohl-Rating gehen in ihrer Transparenz über die gesetzlichen Anforderungen hinaus. Sie werden entsprechend ihrem erreichten Gemeinwohl-Rating in die Stufen „Fortgeschritten" und „Erfahren" aufwärts eingestuft.
Die wichtigsten Anbieter von Nachhaltigkeitsratings sind:

- CDP wurde im Jahr 2000 als „Carbon Disclosure Project" mit dem Ziel gegründet, Unternehmen durch die Teilnahme an den CDP-Programmen zu Klimawandel, Wassersicherheit und Wäldern Anreize zur Messung und Bewältigung ihrer Umweltauswirkungen zu bieten.
- MSCI-ESG-Ratings verwenden eine regelbasierte Methodik, die die Widerstandsfähigkeit eines Unternehmens gegenüber langfristigen industriellen, wesentlichen

Umwelt-, Sozial- und Governance-Risiken (ESG) misst.
- RobecoSAM ist eine 1999 gegründete Vermögensverwaltungsgesellschaft, die sich ganz auf nachhaltiges Investieren konzentriert. Mittlerweile ist die Ratingagentur Teil von S&P Global und Grundlage für zahlreiche S&P-ESG-Indizes.
- Sustainalytics gehört seit 2020 vollständig zum amerikanischen Finanzdienstleister „Morningstar". Das ESG-Risk-Rating bewertet, wie viel finanzieller Wert durch Nachhaltigkeitsrisiken gefährdet ist. Es liefert Ratingergebnisse nach Sektoren, Risikogruppen und für einzelne Unternehmen.

Nur Sustainalytics bietet einen offenen Zugang zu seinen Bewertungen. Die ethisch-kritische Sicht des Verifizierungsindikators kann auch über NGO-Informationen beurteilt werden:
- Fair-Finance-Leitfaden für deutsche Banken und Versicherungen der Fair-Finance-International-Bank für 15 Länder.
- Global 2000 für Österreich. Im Fokus dieser Untersuchung stand nicht die Bewertung einzelner Produkte, sondern das Bankgeschäft selbst.

In der **Kompaktbilanz** muss dieser Aspekt vollständig berichtet werden.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Indem eine Gemeinwohl-Organisation ihre eigene wirtschaftliche und zukünftige Überlebensfähigkeit sichert, schafft sie die Voraussetzungen dafür, langfristig Beiträge zum Gemeinwohl leisten zu können.

Die Ausgaben der Organisation werden zum Einkommen von Lieferant*innen, Mitarbeitenden und anderen Stakeholdern in der Gemeinschaft. Eine Gemeinwohl-Organisation plant ihre Zukunft in Bezug auf Vermögenswerte, Verbindlichkeiten, Einnahmen und Ausgaben transparent, damit alle Stakeholder fundierte Entscheidungen hinsichtlich ihrer Investitionen in die Organisation und ihrer Ertragserwartungen treffen können. Gewinne und Erträge werden in erster Linie der Kontinuität und der weiteren werteorientierten Entwicklung der Organisation und der Bildung notwendiger finanzieller Rücklagen zugewiesen. Die Ausschüttung von Dividenden, Aktionärsanteilen und Renditen an Eigenkapitalpartner*innen wird mit ausreichender Vorsorge für die Zukunftsfähigkeit der Organisation durchgeführt.

Eine GWÖ-Organisation …

- versteht sich als Teil eines Netzwerks aus Organisationen und Berührungsgruppen, die gemeinsam wertschöpfende Beiträge zu einem guten Leben für alle leisten.
- priorisiert im Einvernehmen mit allen Stakeholdern die eigene gesunde langfristige wirtschaftliche Situation gegenüber der kurzfristigen Kapitalrendite der Aktionäre.
- stellt sicher, dass eigene Wertbeiträge/Wertschöpfung nicht zu lasten der finanziellen, sozialen und/oder ökologischen Integrität der beteiligten Stakeholder und Berührungsgruppen gehen. Nachhaltigkeit heißt in diesem Kontext, vom Ertrag zu leben, nicht von der Ausbeutung von Stakeholdern.
- setzt ihre finanziellen Mittel sowohl zur Sicherung der eigenen Zukunftsfähigkeit als auch als Beitrag zur Sicherung der Zukunftsfähigkeit ihrer Stakeholder ein und geht mit den (möglicherweise) daraus entstehenden Spannungen bewusst und transparent um.
- ist ausreichend finanziell ausgestattet, um nach der Sicherung angemessener Einnahmen der beteiligten Akteure auch ihrer eigene nachhaltige Entwicklung finanzieren zu können.
- hat Eigentümer*innen, für die die Weiterentwicklung der Organisation wichtiger ist als die Rendite ihrer Investitionen.
- hat Eigentümer*innen mit mäßigen Ansprüchen an die Kapitalrendite, die jedenfalls auf eine Ausschüttung zu lasten einer Neuverschuldung verzichten.

Einstiegsfragen

- Wer sind die Anteilseigner*innen der Organisation (z. B. Eigentümer*innen, Finanzinstitute, Aktionär*innen)?
- Wer sind die wichtigsten Stakeholder der Organisation (z. B. Mitarbeitende und Familien, Gebietskörperschaften und lokale Gemeinschaften, Lieferant*innen)?
- Wie und in welcher Weise sind diese Gruppen von der Organisation abhängig oder von Veränderungen betroffen?

- Welche Aspekte werden bei der Geschäftsplanung und den Einkommenszielen der Organisation berücksichtigt?
- Wie gut ist die Organisation aufgestellt, um die aktuellen und zu erwartenden zukünftigen wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Herausforderungen zu bewältigen?
- Welche Bedeutung misst das Unternehmen dem gesellschaftlichen Wert seiner Ausgaben bei, wenn diese für die verschiedenen Berührungsgruppen als Einnahmequelle und als Möglichkeit zur Zukunftssicherung betrachtet werden?
- Wie definiert sich das gewünschte Betriebsergebnis und welche Möglichkeiten gibt es, dieses zu erreichen?

B2.1 Solidarische und Gemeinwohl-orientierte Mittelverwendung

Eine Gemeinwohl-orientierte Organisation verwendet finanzielle Mittel, um durch die zukünftige Wirtschaftstätigkeit einen angemessenen Beitrag für ihre Stakeholder zu sichern. Eine gesunde wirtschaftliche Lage der Organisation trägt daher zum Gemeinwohl bei. Zu diesem Zweck gleicht die Organisation die Interessen der Stakeholder und der Eigentümer*innen aus. Die Organisation stellt sowohl ihre eigene wirtschaftliche Entwicklung als auch einen langfristigen Nutzen für das Gemeinwohl sicher. Alle Finanzströme können einer der drei Kategorien zugeordnet werden:

- Entwicklungsinvestitionen (strategische Ausgaben),
- Anlagevermögen (Instandhaltung und Sanierung von Vermögenswerten),
- Zuweisung oder Aufbau von Finanzreserven (Gewinnrücklagen).

Finanzielle Ansprüche der Eigentümer*innen auf Gewinne werden der mittel- und langfristigen Entwicklung der Organisation und ihrem sozial verantwortlichen Verhalten gegenüber den Stakeholdern untergeordnet.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Welche wirtschaftlichen und sozialen Risiken sind im Bilanzierungszeitraum eingetreten oder sind für die Zukunft der Organisation zu erwarten?
- Wie werden wirtschaftliche und soziale Risiken in der finanziellen Zukunftsplanung der Organisation berücksichtigt?
- Welche Investitionen sind geplant, um die gesunde Entwicklung der Organisation auch in Zukunft sicherzustellen?
- Welcher Prozess wird zur Entscheidung über die Vergütung der Eigentümer*innen (Dividenden, Renditen, Ausschüttungen) durchgeführt?
- (VB) Wie wird der von der Organisation generierte Stakeholder-Nutzen gemessen?

Verifizierungsindikatoren

- Stakeholder- und Eigentümeranalyse: Bewertung der sozialen und wirtschaftlichen Zusammenhänge der Organisation (z. B. Liste mit Eigentümer*innen und relevanten Stakeholdern).
- Risikoanalyse für den nächsten Berichtszeitraum hinsichtlich der erwarteten ökonomischen, ökologischen und sozialen Risiken.
- Finanzplanung zur Bewältigung der identifizierten Risiken für die Stakeholder (z. B. Investitionsplan, Liquiditätsplanung) einschließlich

Position	Einheit
jährliches Nettobetriebseinkommen (nach Abzug der Ausgaben)	Tausend EUR
Gesamtsumme der geplanten Ausgaben zur Zukunftssicherung der Organisation (Entwicklungsinvestitionen, Anlagevermögen und Rücklagen)	Tausend EUR
Gesamtausgaben für Entwicklung (strategische Ausgaben)	Tausend EUR
Gesamtausgaben für Anlagevermögen	Tausend EUR
Einstellung in die Rücklagen	Tausend EUR
Dividenden/Kapitalrenditen, die auf das Stammkapital/Eigenkapital gezahlt werden (z. B. Aktiendividenden, Ausschüttungen an Eigentümer*innen, die kein Gehalt darstellen)	Tausend EUR, als Prozentsatz des ausgezahlten Aktienkapitals bzw Eigenkapitals

Bewertungsstufen



Vorbildlich

Die Organisation bindet ihre Stakeholder systematisch ein und trägt proaktiv dazu bei, Risiken und negative Auswirkungen in der Gemeinschaft zu reduzieren. Die Finanzplanung trägt identifizierten Risiken Rechnung und das Leben von Gemeinwohl-Werten ist kein langfristiges Ziel, sondern ein kurzfristiges Ergebnis der wirtschaftlichen Tätigkeit der Organisation. Interessen von Eigentümer*innen und Stakeholdern werden ausgewogen und gegenseitige Unterstützung praktiziert.

Erfahren

Die Organisation verfügt über systematische Stakeholder- und Risikobewertungsmethoden, um ihre Solidarität und soziale Gerechtigkeit in der Praxis zu bewerten. Die Finanzplanung wird an identifizierte Risiken angepasst. Pilotprojekte werden systematisch umgesetzt, ausgeweitet oder angepasst, um die eigene Überlebensfähigkeit der Organisation im Einklang mit den Stakeholderinteressen zu steigern. Die finanziellen Interessen der Eigentümer*innen werden ohne zusätzliche Verbindlichkeiten erfüllt und gegebenenfalls nachrangig behandelt.

Fortgeschritten

Die Organisation verfügt über eine aktuelle Stakeholderanalyse und Risikobewertungen für die wichtigsten Stakeholder sind vorhanden. Die Finanzplanung wird teilweise an die Risiken angepasst. Pilotprojekte werden durchgeführt und Erkenntnisse dokumentiert. Die Finanzplanung berücksichtigt die wichtigsten Risiken mit entsprechenden Maßnahmen bei Entwicklungsinvestitionen (strategischen Ausgaben), Anlagevermögen (Instandhaltung und Sanierung von Vermögenswerten), Zuweisung oder Aufbau von Finanzreserven (Gewinnrücklagen). Die finanziellen Interessen der Eigentümer*innen (z. B. Dividenden/Kapitalrenditezahlungen) basieren auf ausgewogenen Renditeerwartungen und werden ohne neue Verbindlichkeiten gezahlt.

Erste Schritte

Die Organisation bekennt sich dazu, Verantwortung für ihre gesellschaftliche Stellung und ihre Solidarität und soziale Gerechtigkeit mit den Stakeholdern zu übernehmen. Analysen der relevanten Stakeholder werden durchgeführt bzw. sind vorhanden und ein Plan zur Risikodefinition und -bewertung wird entwickelt. Die Finanzplanung wird auf nicht berücksichtigte Risiken hin überprüft und erste Anpassungen vorgenommen. Eigentümerinteressen (z. B. Dividenden-/Kapitalrenditezahlungen) werden im Kontext der Stakeholderinteressen diskutiert und ohne neue Verbindlichkeiten berücksichtigt.

Basislinie

Die Organisation erfüllt die gesetzlichen Anforderungen. Typischerweise ist die Finanzplanung kurzfristig ausgerichtet, eine Stakeholderanalyse ist nicht vorhanden, Risikobewertungen beziehen sich vorwiegend auf den wirtschaftlichen Erfolg der Organisation. Dividenden werden aus realisierten Gewinnen gezahlt, ohne dass zusätzliche Verbindlichkeiten entstehen.

Bewertungshilfen

Stakeholder- und Eigentümeranalyse

- Gibt einen umfassenden Überblick über die Eigentümerstruktur der Organisation (Aktionäre, Anteilseigner, Gesellschafter) und die Stakeholder der Organisation (Personen, Organisationen, soziale Beziehungen, die von den Entscheidungen der Organisation betroffen sind).
- Die Analyse soll eine umfassende Aussage darüber liefern, wie die Organisation ihren Einfluss, ihre Verantwortung und ihre wirtschaftliche Relevanz für betroffene gesellschaftliche Gruppen, die Stakeholder, einschätzt.

Risikoanalyse der ökonomischen, ökologischen und sozialen Risiken der Organisation

Unter „Risiken" sind mögliche Auswirkungen auf Eigentümer*innen oder Stakeholder zu verstehen, die aus ihrer Sicht nicht wünschenswert sind, um die Werte der Gemeinwohl-Ökonomie zu leben: Menschenwürde, Solidarität und soziale Gerechtigkeit, ökologische Nachhaltigkeit sowie Transparenz und Mitentscheidung. Eine Risikoanalyse untersucht, welche negativen Auswirkungen auf die Umsetzung der Werte durch das Verhalten der Organisation entstehen könnten. Stakeholder- und Eigentümeranalysen setzen den Rahmen für die Bewertung. Je breiter und umfassender die Risikobewertung ist, desto höher ist die Bewertungsstufe.

Hilfreiche Fragen für eine Risikobewertung können sein:

- Welche wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Risiken gab es im Berichtszeitraum?
- Welche nachteiligen Auswirkungen oder Konflikte mit Interessen der Eigentümer*innen gab es?
- Welche nachteiligen Auswirkungen oder Konflikte mit Interessen der Stakeholder gab es?
- Bleiben diese Effekte auch im nächsten Berichtszeitraum bestehen?
- Mit welchen weiteren Risiken ist für die nächste Berichtsperiode zu rechnen?
- Wie werden diese Risiken in der Finanzplanung berücksichtigt (z. B. als Investitionen, finanzielle Rücklagen, geplante Ausgaben)?

Finanzplanung zur Bewältigung der identifizierten Risiken für Stakeholder

Um die Überlebensfähigkeit der Organisation zu sichern, sollten die im Berichtszeitraum erzielten Einnahmen gemäß einer Finanzplanung reinvestiert werden. Die Finanzplanung sollte die von der Organisation identifizierten Risiken für Eigentümer*innen und Stakeholder im Hinblick auf die Umsetzung der Gemeinwohl-Werte explizit berücksichtigen. Die Ausgaben können wie folgt klassifiziert werden:

- Entwicklungsinvestitionen (strategische Ausgaben)
- Anlagevermögen (Instandhaltung und Sanierung des Anlagevermögens)
- Zuweisung bzw. Bildung von Finanzrücklagen (Bilanzgewinnen)
- Hinweis: Verbindlichkeiten werden in B1 berichtet.

Beispiele für Entwicklungsinvestitionen der Organisation (strategische Ausgaben)

- sozio-ökologische Verbesserung von Produkten und Dienstleistungen, Entwicklung neuer Produkte oder Dienstleistungen
- Kundenbeziehungen, Investitionen in die Stakeholder-Kommunikation (z. B. dedi-

zierte Mitarbeiterrollen für Kommunikation und Zusammenarbeit)
- Erschließung neuer Märkte und Kund*innen
- Digitalisierung von Geschäftsprozessen (z. B. Online-Vertriebsmöglichkeit)
- Mitarbeiterschulungen, Einbeziehung der Stakeholder bei Investitionen und Organisationsentwicklung
- Investitionen in eine kundenfreundliche Auftragsberatung oder Beratung
- Beispiele für die Anlageinvestitionen der Organisation
- Neubauten, Verbesserung der baulichen Organisationseinheiten mit sozialem Schwerpunkt
- nichtfinanzielle Vermögenswerte, die gemäß der Risikobewertung erforderlich sind, um nachteilige Auswirkungen auf die Stakeholder zu verringern oder zu vermeiden
- Hinweis: Sanierungspläne mit Fokus auf ökologische Nachhaltigkeit werden in B3 berichtet.

Beispiele für die Reserven der Organisation
Im Allgemeinen sind Rücklagen Finanzinstrumente mit angemessener Liquidität für das identifizierte Risiko. Das heißt, wenn ein Risiko sehr wahrscheinlich ist, sollte die Liquidität des Finanzinstruments hoch sein. Für Risiken mit geringer Wahrscheinlichkeit und hoher Auswirkung sollte das Finanzinstrument entsprechend gewählt werden, z. B. ein Finanzinstrument mit geringem Risiko, bei dem höhere Kosten für die Liquidation in Kauf genommen werden. Finanzinstrumente werden im IFRS-Standard für kleine und mittlere Unternehmen (KMU), Absatz 11.5, definiert. Zum Beispiel:
- Bargeld, Zahlungsmitteläquivalente
- Sichteinlagen, z. B. Bankkonten, Tagesgeld, Sparkonten, Festgeldanlagen
- Kurzfristige, unbesicherte Schuldverschreibungen (Commercial Papers (CP)) und Forderungsdarlehen
- Aktien, Anleihen, Fonds, Obligationen etc.

Werden Reserven angelegt, sind dies Finanzinvestitionen. Es sind die Hinweise in B1.3 zur Beurteilung der Nachhaltigkeit von Finanzmarktteilnehmern sowie die Regelungen in B3.2 zu Investitionen für das Gemeinwohl zu beachten. In jedem Fall ist darauf zu achten, dass Spekulationsrisiken möglichst vermieden werden.

In der **Kompaktbilanz** kann auf die Frage „Wie wird der von der Organisation generierte Stakeholder-Nutzen gemessen?" verzichtet werden. Die anderen Verifizierungsindikatoren legen das Bewusstsein der Organisation für das soziale Umfeld ausreichend offen, um eine Bewertung in der Kompaktbilanz zu ermöglichen.

B2.2 Negativaspekt: Ungerechte Mittelverteilung

Die Art und Weise, wie eine Organisation ihre finanziellen Ressourcen verteilt, hat Auswirkungen auf die verbundenen Gemeinschaften. Stakeholder sind alle direkt und indirekt beteiligten oder betroffenen Personen und Gemeinschaften, je nach Eigentümerstruktur und gesellschaftlicher Einbettung der Organisation. Die Entscheidungen der Organisation über finanzielle Umverteilungsoptionen sollten die Interessen der Stakeholder berücksichtigen. Eine Investitions- oder Desinvestitionsentscheidung sollte in erster Linie wertebasiert sein,

nicht auf (potenzieller) wirtschaftlicher Rentabilität oder Kostensenkungseffekten beruhen. Generell sollten Investitionen, bei denen die Organisation nicht nachweisen kann, dass sie die Konsequenzen für die Stakeholder berücksichtigt hat, detailliert analysiert werden.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Welche sozialen Risiken bergen die Investitionen der Organisation, die nicht ausgeschlossen oder kompensiert werden können?
- Wie entwickelt die Organisation ihre Belegschaft in Zeiten des wirtschaftlichen Abschwungs und Aufschwungs?
- Wie hoch sind die ausgezahlten Dividenden an Eigentümer*innen, Aktionäre und Investoren (ohne Verbindlichkeiten mit Geschäftsbanken)?

Verifizierungsindikatoren

- Dividenden, Aktienausschüttungen, Eigentümerzahlungen im Berichtszeitraum in Tausend EUR (gemäß B2.1).
- Veränderungen der Anzahl der Arbeitsplätze pro Standort im Berichtszeitraum ohne Stakeholder-Risikobewertung.
- Geplante Veränderungen der Anzahl der Arbeitsplätze pro Standort in der Finanzplanung ohne Stakeholder-Risikobewertung (Beschäftigungs- und Mitarbeiterplanung).

Bewertungsstufe

- Abbau von >20 % der Stellen trotz stabiler Wirtschaftslage = 100 Minuspunkte
- Abbau von >30 % der Stellen trotz stabiler Wirtschaftslage = 150 Minuspunkte
- Abbau von >40 % der Stellen trotz stabiler Wirtschaftslage = 200 Minuspunkte
- Dividendenausschüttung auf das eingesetzte Kapital: 10,0 bis 12,5 % = 100 Minuspunkte
- Dividendenausschüttung auf das eingesetzte Kapital: 12,5 bis 15,0 % oder höher = min. 150 Minuspunkte

Bewertungshilfen

Dividenden

„Dividende" bezeichnet in den Bewertungsstufen alle Finanzströme, die an berechtigte Personen oder Unternehmen gezahlt werden, die Geld in die Organisation investiert haben, mit Ausnahme von Geschäftsbanken (Verbindlichkeiten werden in B1 berichtet). Zum Beispiel:

- Dividendenzahlungen börsennotierter Unternehmen
- Aktienausschüttungen nicht börsennotierter Unternehmen mit mehreren Aktionären/Eigentümer*innen
- Eigentümerzahlungen in Ein-Personen-Unternehmen oder Unternehmen mit mehreren Eigentümer*innen (nicht als Gehalt),
- Zahlungen an Investor*innen ohne Eigentums- oder Stimmrechte
- Investor*innen in anderen Rechtsformen mit Ansprüchen auf Erträge aus ihrer Investition

Gemäß dem IFRS-Rechnungslegungsstandard für KMU (§ 7.16) kann die Organisation gezahlte Dividenden als Finanzierungs-Cashflow klassifizieren, da sie Kosten für die Beschaffung finanzieller Mittel darstellen. Alternativ kann das Unternehmen gezahlte Dividenden als Bestandteil des Cashflows aus operativer Tätigkeit klassifizieren, da sie

aus dem operativen Cashflow gezahlt werden. Unabhängig von der Zuordnung der Organisation bei ihren Dividendenzahlungen sollte der Gemeinwohl-Bericht einen vollständigen Überblick über den Finanzabfluss an Investor*innen und Eigentümer*innen enthalten.

Beispiele für unfaire Verteilung:
- unangemessen hohe Abfindungen für Aktionär*innen und Eigentümer*innen
- Investitionen, die soziale Spannungen verstärken und zur Ausbeutung der Menschen beitragen (z. B. Verlagerung von Produktionsstätten in Länder mit niedrigem Lohnniveau und/oder geringen Sozialabgaben und sonstigen Lohnnebenkosten)

Arbeitsplätze
Personalkosten machen häufig einen erheblichen Teil der Ausgaben einer Organisation aus und es kann rentabel erscheinen, Arbeitsplätze abzubauen, um die Produktivität (Leistung pro Mitarbeitendem) zu steigern und die Ausgaben zu senken. Organisationen tragen zum Gemeinwohl bei, wenn sie Arbeitsplätze bieten, in denen die Werte der Gemeinwohl-Ökonomie gelebt werden. Solche gesunden Arbeitsplätze können aus wirtschaftlicher Perspektive teuer erscheinen, aber sie erhöhen den Wert sowohl der Organisation als auch das Wohl der Gemeinschaft, in der die Mitarbeitenden leben.

Wenn im aktuellen oder nächsten Berichtszeitraum ein Stellenabbau durchgeführt wird oder geplant ist, sollte die Organisation Belege für eine Stakeholder-Risikobewertung und Pläne (einschließlich Investitionen) zur Minderung von Risiken und nachteiligen Auswirkungen für Stakeholder vorlegen. Im Zweifelsfall gilt die Beweislastumkehr, d. h., die Organisation sollte nachweisen, dass ein Arbeitsplatzabbau gerechtfertigt ist und das Unternehmen an der Schaffung gesunder Arbeitsplätze in der Region beteiligt ist.

Beispiele für unfaire Verteilung sind:
- Stellenabbau oder Verlagerung von Arbeitsplätzen trotz stabiler Wirtschaftslage
- Entlassungen ohne Sozialplanung als Entwicklungsstrategie des Unternehmens

Dieser Aspekt wird in der **Kompaktbilanz** vollständig berichtet.

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Der Übergang zu einer ökologisch nachhaltigen Gesellschaft erfordert die Berücksichtigung ökologischer Aspekte bei allen Investitionen, insbesondere die gezielte Umverteilung finanzieller Mittel zur Verbesserung der Umweltauswirkungen. Finanzinvestitionen wirken sich häufig sowohl auf soziale als auch auf ökologische Aspekte aus und werden bei diesem Thema gemeinsam betrachtet.

Bei Unternehmensgruppen und Konzernen sollten Investitionen der gesamten Organisation betrachtet werden. Es ist kein Gemeinwohl-orientierter Ansatz, Standorte zu errichten oder zu unterhalten mit dem Ziel, geringe soziale oder ökologische Auflagen zu nutzen oder Regulierungen zu umgehen.

Organisationen können auch direkt in sozial-ökologische Projekte oder Finanzprodukte investieren.

Eine GWÖ-Organisation ...

- prüft bei ihren Investitionsentscheidungen regelmäßig die Möglichkeiten zur Reduktion ihres ökologischen Fußabdrucks.
- berücksichtigt potenzielle sozial-ökologische Auswirkungen nicht nur bei Investitionen in Anlagevermögen, sondern auch bei Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Finanzinvestitionen.
- investiert überschüssige Mittel in sozial-ökologische Projekte, wenn der Bedarf zum Aufbau eigener Finanzreserven für ihre nachhaltige Entwicklung gedeckt ist.

Einstiegsfragen

- Welchen Einfluss hat unser langfristig gebundenes Kapital auf den ökologischen Fußabdruck und welche Ansätze gibt es für eine Neuentwicklung durch Ersatzinvestitionen?
- Welche sozial-ökologischen Aspekte berücksichtigen wir bei der Gestaltung und Folgewirkungen von Neuanschaffungen?
- Welche sozialen und ökologischen Auswirkungen berücksichtigen wir bei Geldanlagen und Finanzinvestitionen?

B3.1 Soziale und ökologische Qualität der Investitionen

Investitionsentscheidungen haben langfristige Konsequenzen und sollten bewusst getroffen werden. Ziel ist es, einseitige, gewinnorientierte Entscheidungskriterien für Investitionen durch eine umfassende Analyse und Bewertung aller Veränderungen und Folgewirkungen zu ersetzen, die sich aus der Investition ergeben. Bei einer langfristigen Bindung der investierten Vermögenswerte haben ihre Umweltauswirkungen auch langfristige Konsequenzen. Für bestehendes Anlagevermögen ist ein ökologisches Sanierungsprogramm erforderlich, um die negativen Auswirkungen zu verringern.

Organisationen sollten einen Plan zur sozial-ökologischen Verbesserung ihres Fußabdrucks und/oder zur Verbesserung des Fußabdrucks ihrer Produkte und Dienstleistungen haben. Dieser Plan sollte kontinuierlich aktualisiert werden. Auch für Organisationen, die nur wenig Anlagevermögen haben und keine umfangreichen Investitionen planen, ist dieser Aspekt hilfreich, der möglicherweise in einen Investitionsplan mündet.

Dieser Aspekt ist für Organisationen nicht zutreffend, die keine oder nur sehr geringe Investitionen tätigen.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Welche ökologischen und sozialen Kriterien werden bei Investitionsentscheidungen berücksichtigt?
- Wie wird die Berücksichtigung ökologischer und sozialer Belange bei den Investitionsentscheidungen sichergestellt?
- Welche Anlagen haben ein Potenzial für soziale und ökologische Verbesserungen?
- Verfügt die Organisation über einen Investitionsplan, der zu einer Verbesserung ihrer allgemeinen sozialen und ökologischen Auswirkungen und des Fußabdrucks ihrer Produkte und Dienstleistungen führt?
- Wie ist der Zeithorizont dieses Investitionsplans?
- Berücksichtigt dieser Investitionsplan den Zeithorizont, der erforderlich ist, um die (globalen) gesellschaftlichen Herausforderungen und die Vereinbarungen auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene anzugehen, z. B. Pariser Abkommen zum CO_2-Ausstoß, SDGs, nationale Sektorenminderungsziele, Klimaaktionspläne der örtlichen Gemeinden?
- Welche Mittel werden zur Umsetzung der Investitionsvorhaben benötigt und welche Förderprogramme können genutzt werden?
- Welche Investitionen wurden im Berichtszeitraum konkret getätigt und werden im nächsten Zeitraum getätigt?

Verifizierungsindikatoren

- Investitionsplan inklusive sozialer und ökologischer Sanierungsbedarf (in Tausend EUR)
- (VB) Abschätzung der ökologischen und sozialen Auswirkungen der zukünftigen Investitionen und der damit erreichten Verbesserungen (z. B. m^3 Wasser, Tonnen CO_2, ..)
- Stand der Umsetzung des Investitionsplans (Status, getätigte Investitionen, Verzögerungen und Änderungen, erzielte Wirkungen).

Bewertungsstufen



Vorbildlich

Bis zu 100 % des aktualisierten Sanierungsbedarfs wurden realisiert. 100 % der Neuinvestitionen führen zu einer deutlichen Verbesserung der sozial-ökologischen Auswirkungen und/oder des ökologischen Fußabdrucks der Produkte und Dienstleistungen der Organisation.

Erfahren

Bis zu 60 % des aktualisierten Sanierungsbedarfs wurden realisiert. Mindestens 80 % der Neuinvestitionen führen zu einer deutlichen Verbesserung der sozial-ökologischen Auswirkungen und/oder des Fußabdrucks der Produkte und Dienstleistungen der Organisation.

Fortgeschritten

Bis zu 30 % des aktualisierten Sanierungsbedarfs wurden realisiert. Mindestens 60 % der Neuinvestitionen führen zu einer deutlichen Verbesserung der sozial-ökologischen Auswirkungen und/oder des Fußabdrucks der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens.

Erste Schritte

Bei Investitionsentscheidungen werden ökologische und soziale Aspekte berücksichtigt. Es wurde eine finanzielle Planung zur Verbesserung der sozial-ökologischen Auswirkungen der Organisation und/oder des Fußabdrucks ihrer Produkte und Dienstleistungen erstellt. Die Sanierungs- und Instandhaltungskosten bei Verbesserungen wurden für das bestehende Anlagevermögen berechnet. Der Investitionsbedarf wurde geschätzt.

Basislinie

Die Organisation hält sich in vollem Umfang an alle Branchen-, Standort- und Gewerbelizenz-bezogenen Umweltschutzbestimmungen und sozialen Auflagen.



Bewertungshilfen

Der Investitionsplan für Sanierungsbedarf und Verbesserungspotenziale muss kontinuierlich aktualisiert werden. Bedarf und Potenzial ändern sich ständig aufgrund der laufenden Umsetzung des Investitionsplans, Strategieänderungen, Neuinvestitionen, der Einführung neuer technologischer Lösungen usw.

Wenn die Organisation über Mehrheitsbeteiligungen verfügt, muss der konzernweit konsolidierte Investitionsplan betrachtet werden.

Organisationen, die kein oder nur geringes Anlagevermögen besitzen, weil sie beispielsweise Räumlichkeiten anmieten, sollten alle Einflussmöglichkeiten nutzen, um ihre sozialen und ökologischen Auswirkungen zu verbessern, z. B. den Einfluss auf Vermieter*innen (wird in A3 berichtet).

Der Investitionsplan umfasst auch die in B3.3 behandelten fragwürdigen Ressourcen, selbst wenn das Geschäftsmodell der Organisation nicht darauf basiert.

Der Fußabdruck von Produkten und Dienstleistungen kann nur aus einer Lebenszyklusperspektive beurteilt werden, siehe Abschnitt „Ökologische Nachhaltigkeit“ in

der Einführung. Der Investitionsplan nutzt die Ergebnisse dieser Analysen des Lebenszyklusansatzes, um Investitionsbedarfe zu ermitteln und zu priorisieren. Der Investitionsplan sollte insbesondere die Ergebnisse der Phasen des Lebenszyklus von Produkten und Dienstleistungen betreffen, die von der Organisation kontrolliert und/oder beeinflusst werden können, oder der Phasen, in denen die Umweltauswirkungen erheblich sind.

Für die **Kompaktberichterstattung** kann der Indikator „Abschätzung der ökologischen und sozialen Auswirkungen der zukünftigen Investitionen und der damit erreichten Verbesserungen (z. B. m^3 Wasser, Tonnen CO_2, …)" weggelassen werden.

B3.2 Gemeinwohl-orientierte Finanzanlagen

Die Bedeutung dieses Aspekts hängt vom Volumen der Investitionen in Finanzanlagen ab. Eine Organisation kann direkt in Projekte und Organisationen investieren, die der Gesellschaft und der Umwelt zugutekommen, oder in nachhaltige Investmentfonds investieren. Beteiligungen an sozial-ökologischen Projekten können beispielsweise durch den Erwerb von Anteilen, nachrangigen Darlehen, Minikrediten, Spenden, die Teilnahme an Crowdfunding oder die finanzielle Unterstützung von Forschung und Entwicklung geschehen.

Wenn sich eine Organisation für Investitionen in nachhaltige Investmentfonds entscheidet, sollten definierte Ausschlusskriterien, spezifische Positivkriterien und die Formen der möglichen Beteiligung an Investitionsentscheidungen berücksichtigt werden. Die Rentabilität sollte nicht Priorität bei Investitionen in nachhaltige Finanzanlagen sein. Finanzmittel empfangende Organisationen sollten anhand der sozial-ökologischen Auswirkungen gemäß dem Sanierungs- und Investitionsplan zur sozial-ökologischen Verbesserung (siehe B3.1 und B3.3) bewertet werden.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Inwieweit beteiligt sich die Organisation an der solidarischen Finanzierung sozialer und ökologischer Projekte?
- Wie können die finanziellen Vermögenswerte der Organisation klassifiziert werden, z. B. konventionell, nachhaltig?
- Nach welchen Kriterien entscheidet die Organisation über Investitionen in Finanzanlagen?
- Welche Informationsquellen gibt es über die erwarteten sozial-ökologischen Auswirkungen der Projekte oder der Investitionsprojekte?

Verifizierungsindikatoren

- (Mit-)Finanzierte soziale und ökologische Projekte (in Tausend EUR, % der gesamten Veranlagung).
- Sozial- und Umweltfonds (in Tausend EUR, % der gesamten Veranlagung).
- Gesamtbetrag der finanziellen Veranlagung (in Tausend EUR).

Bewertungsstufen



Vorbildlich
Ausschließliche Investition in ethisch nachhaltige oder sozial-ökologische Projekte oder Nachhaltigkeitsfonds mit klaren Ausschlusskriterien sowie spezifischen Positivkriterien, reduzierten Renditeerwartungen und der Wahrung Gemeinwohl-orientierter Grundsätze.

Erfahren
Ausschließliches Investieren in ethisch nachhaltige oder sozial-ökologische Projekte oder Nachhaltigkeitsfonds mit klaren Ausschlusskriterien sowie spezifischen Positivkriterien.

Fortgeschritten
Mehrheitliche Investition in ethisch nachhaltige oder sozial-ökologische Projekte oder Nachhaltigkeitsfonds mit klaren Ausschlusskriterien sowie spezifischen Positivkriterien.

Erste Schritte
Teilinvestition in ethisch nachhaltige oder sozial-ökologische Projekte oder Nachhaltigkeitsfonds mit klaren Ausschlusskriterien sowie spezifischen Positivkriterien.

Basislinie
Konventioneller Veranlagungsmix ohne spekulative Finanzprodukte.



Bewertungshilfen

Die Bedeutung dieses Aspekts hängt vom Investitionsvolumen ab.

In der **Kompaktbilanz** muss dieser Aspekt vollständig angegeben werden.

B3.3 Negativaspekt: Abhängigkeit von sozial oder ökologisch bedenklichen Ressourcen

Ökologische oder soziale Folgen der weltweiten Nutzung fragwürdiger Ressourcen führen zur Substitution dieser Ressourcen. Dies kann den Rückzug aus Branchen oder ganzen Industrien nach sich ziehen. Beispiel: Das Pariser Abkommen zur Reduzierung der CO_2-Emissionen beinhaltet drastische Reduktionsziele für Industrieländer und den vollständigen Ausstieg aus fossilen Brennstoffen (Dekarbonisierung) bis 2050. Wenn fragwürdige Ressourcen für das Geschäftsmodell der Organisation unverzichtbar sind, führt die Vernachlässigung des notwendigen Ausstiegs (Divestment) zu einer negativen Bewertung. Maßnahmen zur Reduzierung der Abhängigkeit werden entsprechend ihrer Wirksamkeit positiv bewertet.



Fragen zur Erstellung des Berichts

- Welche fragwürdigen Ressourcen werden bei den Aktivitäten der Organisation oder in ihrer Wertschöpfungskette eingesetzt?
- Auf welchen dieser fragwürdigen Ressourcen basiert das Geschäftsmodell?
- Welche Maßnahmen zur Reduzierung dieser Abhängigkeit von fragwürdigen Ressourcen sind geplant bzw. werden umgesetzt und zu welchem Ergebnis werden sie führen?
- Was bedeutet die Desinvestition aus fragwürdigen Ressourcen, beispielsweise fossilen Brennstoffen, für die Organisation?

Verifizierungsindikatoren

- Liste und Mengen fragwürdiger Ressourcen, die in der Geschäftstätigkeit der Organisation verwendet werden.
- (VB) Das Risiko, dass fragwürdige Ressourcen in der Wertschöpfungskette verwendet werden, und eine Schätzung der Mengen.

Bewertungsstufe

- **100 Minuspunkte:** Fehlende Angaben zu erforderlichen Desinvestitionen
- **200 Minuspunkte:** Negierung des Verzichts auf …, des Austritts aus …

Bewertungshilfen

Bei fragwürdigen Rohstoffen handelt es sich um Rohstoffe, die bei der Gewinnung, der Aufbereitung und/oder der Nutzung kurz- oder langfristig erhebliche negative Auswirkungen auf die Umwelt, die Menschenrechte, die menschliche Gesundheit und die Sicherheit haben.

Bedenklich sind Ressourcen auch dann, wenn sie potenziell die planetaren Belastungsgrenzen überschreiten, a) wenn der Verbrauch, hochgerechnet auf die gesamte Menschheit, nicht mit den verfügbaren Ressourcen gedeckt werden kann, oder b) wenn die Kombination der Umweltauswirkungen pro Nutzung und der aktuellen Nutzungsmuster bzw. Nutzungsrate, hochgerechnet auf die gesamte Menschheit, zur Überschreitung einer planetaren Belastungsgrenze führen würde.

Zu den fragwürdigen Ressourcen zählen fossile Brennstoffe, Atomkraft, kritische Ressourcen aus Konfliktgebieten, gentechnisch veränderte Pflanzen, Pestizide, Antibiotika in der Landwirtschaft, Asbest und andere für Arbeitnehmende gefährliche Stoffe sowie gefährliche Stoffe, die in der EU-Verordnung zur Registrierung, Bewertung, Zulassung und Beschränkung chemischer Stoffe (REACH) aufgeführt sind, insbesondere besorgniserregende Stoffe (SVHC). Beispiele aus dem Agrarsektor: der Einsatz gentechnisch veränderter Pflanzen und/oder der Einsatz von Pestiziden.

Die (zukünftige) Fähigkeit, die Nutzung nicht nachhaltiger Waren und Dienstleistungen oder Kooperationen mit nicht nachhaltigen Industrien zu reduzieren und/oder einzustellen, wird ein wichtiger Faktor für den langfristigen Erfolg der Organisation sein. Eine negative Abhängigkeit kann nicht nur durch die eigene Nutzung fragwürdiger Ressourcen durch die Organisation selbst entstehen, sondern auch durch ihre Stakeholder. Zum Beispiel, wenn die Waren oder Dienstleistungen einer Organisation hauptsächlich mit Unternehmen kritischer Sektoren in Verbindung stehen oder wenn das Geschäftsmodell wichtiger Kund*innen auf fragwürdigen Ressourcen beruht.

Für bereits getroffene Maßnahmen zur Abhängigkeits- oder Konsumreduzierung können Minuspunkte entsprechend ihrer Wirkung gekürzt werden.

In der **Kompaktbilanz** kann der Indikator „Das Risiko, dass fragwürdige Ressourcen in der Wertschöpfungskette verwendet werden, und eine Schätzung der Mengen“ weglassen werden.

B4 Eigentumsstruktur und Mitentscheidung

Dieses Thema basiert auf dem Verständnis, dass eine Organisation eine Gemeinschaft derjenigen ist, die für sie arbeiten, sie leiten und sie als solche erschaffen. Konkret geht es um eine Mitentscheidung bei Fragen, die sich aus der Verantwortung der Eigentümereigenschaft ergeben. Eigentum ist die rechtliche Übertragbarkeit von Gütern auf eine natürliche oder gesetzlich benannte Person als Träger von Rechten und Pflichten. Privateigentümer*innen bleiben grundsätzlich haftbar, auch wenn kein Eigenkapital mehr vorhanden ist. Aktionäre haben eigene Rechte und eine beschränkte Haftung.

Für eine Gemeinwohl-orientierte Organisation sind zwei Konzepte relevant: Mitentscheidung (B4.1) und geteiltes Eigentum (B4.2). Mitentscheidung betrifft Eigentumsentscheidungen, d. h., Mitbestimmung wird erreicht, indem Stakeholder (z. B. Mitarbeitende) an strategischen Entscheidungen der Organisation beteiligt werden. Geteiltes Eigentum ist ein Ziel, das Konsequenzen für die Rechtsform einer Organisation hat und im regionalen Kontext des Landes betrachtet werden muss, in dem die Organisation verankert ist. Der Rechtsbereich des Unternehmensrechts ist kein internationales Recht, selbst innerhalb der EU sind die nationalen Gesetze nicht vollständig harmonisiert. Die geltenden Gesetze können sich in ihren Anforderungen an Transparenz, Mitbestimmung, Verantwortlichkeiten und Aktionärsrechte unterscheiden.

Eine Gemeinwohl-orientierte Organisation strebt eine Rechtsform an, die Miteigentum ermöglicht, oder ändert gegebenenfalls ihre Rechtsform. Sie fördert und erleichtert die Mitentscheidung aktiv durch geeignete Entscheidungsprozesse, aber auch unabhängig von ihrer Rechtsform.

Die Eigentümereigenschaft bei Organisationen berechtigt grundsätzlich dazu, Entscheidungen zu treffen über:

- das Geschäftsmodell (den Geschäftszweck und wie er erreicht und verfolgt wird)
- die Definition von handlungsleitenden Werten für die Beziehungen zu allen Berührungsgruppen
- die langfristige Existenzsicherung der Organisation, auch bei der Aufnahme neuer Anteilseigner
- die Regeln und Richtlinien für die Verwendung der erwirtschafteten Mittel.

In Unternehmensformen oder Organisationen, die nicht im Privatbesitz sind, sind Leitungsorgane und Verwaltungsfunktionen per Gesetz und/oder Satzung mit den oben genannten Entscheidungen betraut. Die rechtlichen Anforderungen an Organisationen, die eine bestimmte Rechtsform betreffen, sind länderspezifisch und können international erheblich abweichen. Wer gemäß dem Gesellschaftsrecht und den rechtlichen Rahmenbedingungen eines Landes mit den oben beschriebenen Entscheidungen betraut ist, sollte Stakeholder sein. Wenn keine natürlichen Personen Eigentümer der Organisation sind, ist die Einbeziehung und Beteiligung aller Stakeholder anzustreben.

Für Ein-Personen-Unternehmen (EPU) ist dieses Thema aufgrund der fehlenden Beschäftigten nicht relevant.

Eine GWÖ-Organisation …

- ermöglicht die Teilhabe an Entscheidungen durch bestmögliche Transparenz über unternehmerisches Handeln, Strategie, geplante Ziele, konkrete Entscheidungsgründe und zu erwartende Entscheidungsfolgen.
- geht in Fragen der Mitbestimmung weit über gesetzliche Rechte hinaus und verankert ergänzende Vereinbarungen in Satzungen und Betriebsvereinbarungen mit rechtlicher Wirksamkeit.
- entwickelt als lernende Organisation gemeinsame Entscheidungsprozesse kontinuierlich weiter.
- bereitet relevante Stakeholder gezielt auf den Erwerb von Miteigentum vor.

Einstiegsfragen

- Wie lässt sich die Gemeinschaft in unserer Organisation gut beschreiben?
- Welche Bedeutung haben unsere Rechtsform, Satzung und Entscheidungsprozesse für das Engagement der Mitarbeitenden?
- Welche Formen der Mitunternehmerschaft sind für unsere Organisation denkbar?

B4.1 Transparenz und Mitentscheidung

Mitarbeitende bleiben die wichtigste Stakeholdergruppe zur Erreichung unternehmerischer Ziele. Wie eine Organisation vom Wissen und der Erfahrung ihrer Mitarbeitenden profitiert, ist ein wichtiger Bereich des Personalmanagements. Es gibt zwei Schlüsselfaktoren: Mitarbeitende engagieren sich, wenn sie die Organisationskultur (Aspekt in C1) als angemessen erleben und wenn sie an tatsächlicher Mitentscheidung teilnehmen. Mitentscheidung auf der direkten Arbeitsebene eines Mitarbeitenden wird in C4 berichtet.

Die Ausweitung der Mitentscheidung auf die strategische Ebene einer Organisation ist eine wesentliche Voraussetzung für das Sinnverständnis und eine positive Einstellung gegenüber Veränderung und Innovation bei Mitarbeitenden.

Inwieweit andere Stakeholdergruppen an strategischen Entscheidungen beteiligt werden sollten, hängt vom Ziel des Unternehmens oder der Organisation und der bereitgestellten Unterstützung ab. Abhängigkeiten, die der Organisationsentwicklung abträglich sein könnten, sollten jedoch sorgfältig beobachtet und vermieden werden.

Dieser Aspekt sollte in Organisationen, in denen Miteigentum gesetzlich oder durch unabänderliche Satzungen eines Vereins ausgeschlossen ist, besonders beachtet werden. Dabei sollte Wert darauf gelegt werden, dass je nach Ausgangslage die gemeinsame Weiterentwicklung der Organisation kontinuierlich und unter Berücksichtigung aller Stakeholder vorangetrieben wird. Dies betrifft insbesondere den sorgfältigen Umgang mit Daten und Know-how, das Verstehen von Zusammenhängen und deren Konsequenzen sowie den Aufbau von Vertrauen.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Wie war unsere Ausgangssituation hinsichtlich Transparenz und Mitentscheidung zu Beginn dieses Berichtszeitraums?
- Welche Entwicklungsschritte sind angedacht, geplant und werden umgesetzt?
- (VB) Ist ein neues Entscheidungsgremium entstanden oder wurde ein bestehendes erweitert?
- Welche Berührungsgruppen waren beteiligt?
  - zu spezifischen Themen
  - regelmäßig
  - zur Mitbestimmung der Strategie der Organisation
- (VB) Gibt es Auswirkungen auf die Transparenz und Qualität der Entscheidungsfindung?
- Gibt es Beispiele für erfolgreiche Eigentümer-Mitentscheidungen und deren Auswirkungen?

Verifizierungsindikatoren

- (VB) Art und Aufwand (Zeit, Budget) gemeinsamer Trainings
- Sitzungsrhythmus inkl. Angaben zum beschlussfassenden Gremium, Anlass, Regelmäßigkeit, Häufigkeit

Bewertungsstufen



Vorbildlich

Die Mitgliedschaft im Entscheidungsgremium wird im weitesten Sinne verstanden, also auch auf Vertretende anderer Stakeholdergruppen ausgedehnt, zumindest auf solche, die direkten Einfluss durch die Organisation spüren. Dies kann zu innovativen Formen der Führung führen.

Erfahren

Der Prozess der Eigentümer-Mitentscheidung führt zu klaren Vereinbarungen, die für die gesamte Organisation gültig sind. Die Dokumentation von Entscheidungen beinhaltet die Beobachtung ihrer Auswirkungen. Zumindest werden Vertretende der Arbeitnehmenden ausgebildet und befähigt, sich an strukturierten Eigentümer-Mitentscheidungsprozessen zu beteiligen.

Fortgeschritten

Die Umsetzung des Konzepts hat begonnen. Je nach Größe der Organisation kann dies auch in Form eines Pilotprojekts erfolgen. Vorbereitende Trainingsmaßnahmen werden durchgeführt. Erkenntnisse aus den Pilotprojekten werden genutzt, um Mitentscheidungstools und -methoden weiterzuentwickeln.

Erste Schritte

Es wurde ein Konzept für die schrittweise Ausweitung der Mitbestimmung, insbesondere durch Mitarbeitende oder ihre gewählten Vertretenden, auf die Ebene der Eigentümerverantwortung entwickelt. Das Konzept ist transparent und hat Konsequenzen für die in der Organisation geteilten Informationen. Es wurden Pläne entwickelt, wie das Verständnis und die Nutzung geteilter Informationen erleichtert werden können, z. B. durch Schulungen.

Basislinie

Die nach internationalem Recht, länderspezifischem Recht oder gesetzlichen Verpflichtungen geltenden Formen der Mitbestimmung werden in vollem Umfang erfüllt und sind in standardisierte Entscheidungsprozesse integriert.

Bewertungshilfen

Die Gemeinwohl-Ökonomie fördert Entscheidungen, die das Wohl aller erhöhen sollen. In diesem Sinne hat die Beteiligung an Entscheidungen Vorrang vor der Beteiligung am Eigentum. Die Mitbestimmung auf der Ebene der Eigentumsverantwortung betrifft die strategische Entwicklung der Geschäftstätigkeit. Auf den Bewertungsstufen „Fortgeschritten", „Erfahren" und „Vorbildlich" bringt die Beteiligung von Mitarbeitenden und Stakeholdern immer weitere grundlegende Entscheidungen für die Organisation mit sich. Beispiele können Investitionsentscheidungen und -planungen, Lieferant*innenauswahl, Eintritt in neue Marktsegmente, Umschuldungen, Änderungen der Rechtsform der Organisation, Gründung von Unterorganisationen oder Funktionseinheiten, Fusionen und Übernahmen sein. Je nach Größe der Organisation nehmen gewählte Vertretende die Mitbestimmung der Mitarbeitenden und Stakeholder wahr.

In der Bewertungsstufe „Erste Schritte" kann die Entwicklung des Konzepts für die schrittweise Ausweitung der Mitentscheidung auf der Ebene der Eigentümerverantwortung auf den Erfahrungen aufbauen, die bereits bei den Themen A4, C4, D4 und E4 gemacht wurden. Bei diesen Themen wird Mitentscheidung in direktem Zusammenhang mit dem Arbeitsplatz und der Arbeitsstruktur von Mitarbeitenden und Stakeholdern behandelt. Mitarbeitende leben Mitbestimmung bei der Gestaltung ihrer Abteilungsstruktur und ihres Arbeitsplatzes (z. B. Investitionen in Vermögenswerte), sie bestimmen mit über die Form und Funktionsweise von Arbeitsgruppen, Arbeitszeiten, Arbeitsort, Projektgestaltung und Erfolgsbewertung, um ihre Ziele zu erreichen. Mitarbeitende und Stakeholder werden geschult, um zu verstehen, wie diese Entscheidungen die Eigentümerverantwortung und -haftung beeinflussen und mit ihnen interagieren.

Auf allen Ebenen ist Mitbestimmung mehr als nur die Äußerung von Meinungen. Es geht darum, tatsächlich Einfluss auf Entscheidungen zu nehmen, die Mitarbeitende und die Organisation betreffen, und die Konsequenzen dieser Entscheidungen zu bewältigen. Mitbestimmung verteilt die Eigentümerverantwortung und beinhaltet sowohl die Vorteile erfolgreicher Entscheidungen als auch den Umgang mit Misserfolgen als Gemeinschaft.

In der **Kompaktbilanz** kann die Frage „Ist ein neues Entscheidungsgremium entstanden oder wurde ein bestehendes erweitert?" entfallen. Bei KMU dürften eher informelle Formen der Transparenz und Mitbestimmung vorhanden sein, die im Indikator „Sitzungshäufigkeit inkl. Angaben zum Entscheidungsgremium, Anlass, Regelmäßigkeit, Frequenz" detailliert berichtet werden sollten. Dabei wird der Fokus auf regelmäßige gemeinsame Sitzungen mit Diskussionen und Austausch zum Thema Mitentscheidung und Transparenz gelegt.

B4.2 Gemeinwohl-orientierte Eigentumsstruktur

Die Aufteilung der Eigentumsanteile soll die Autonomie und Souveränität eines Unternehmens oder einer Organisation sichern und es unabhängig von Einzelinteressen agieren lassen. Voraussetzung für eine Eigentumsbeteiligung ist das Interesse an der Erhaltung und Weiterentwicklung der Organisationsziele und des gesellschaftlichen Nutzens. Langfristig soll erreicht werden, dass die in der Organisation Beschäftigten die Mehrheit der Stimmrechte besitzen. Beteiligt sind Eigentümer*innen, Führungskräfte und alle anderen Arbeitnehmenden. Für Mitunternehmer*innen kommen zwei Rollen in frage: Sie sind Teil der Arbeitnehmenden, da sie für das Unternehmen oder die Organisation tätig sind, oder übernehmen als Eigentümer*innen die Geschäftsrisiken ihres eingesetzten Kapitals. Generell schließt keine Rechtsform einer Organisation oder eines Unternehmens eine Gemeinwohl-Orientierung in Geschäftspraxis und Eigentumsstruktur aus.

Für Selbstverwaltungskörperschaften, Vereine, Stiftungen und Treuhandeigentumsorganisationen müssen gesonderte Bewertungsregeln angewandt werden. Diese basieren auf der Bewertung von Organisations-Verfassungen, Statuten, Geschäftsordnungen und bindenden Verfahrensregeln. Die Bewertungsstufen sind für selbstverwaltete Organisationen noch nicht festgelegt, daher gilt dieser Aspekt für diese Organisationen derzeit nur eingeschränkt.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Welchen Einfluss hat die Rechtsform auf die Eigentümerstruktur?
- Wer sind die Eigentümer*innen, welche Anteile besitzen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen haben sie?
- Wie werden der Ausbau und die Verbreiterung der Eigentümerstruktur unterstützt?
- (VB) Sind Risikobeschränkungen möglich, um den Mitarbeitenden die Beteiligung am Eigentum zu erleichtern?
- (VB) Wie hat sich die Eigentümerstruktur in den letzten Jahren entwickelt?
- Wie werden Änderungen hin zu geteiltem Eigentum in die Rechtsform der Organisation eingebunden?

Verifizierungsindikatoren

Verteilung des Eigenkapitals (Eigenkapitalstruktur in %, jeweils von 0 bis 100 %) auf:

- Unternehmer*innen
- Führungskräfte
- Mitarbeitende
- Kund*innen
- Lieferant*innen
- öffentlich
- nicht operativ tätige Kapitalinvestor*innen

Bewertungsstufen



Vorbildlich

Alle Eigentümer*innen sind Teil einer aktiven Berührungsgruppe, wobei die Mehrheit der Anteile und Stimmrechte bei den operativ tätigen Unternehmer*innen und Mitarbeitenden liegt. Gleichzeitig werden die Stimmrechte einzelner Personen und definierter Gruppen vertraglich beschränkt, um zu verhindern, dass diese allein das Unternehmen oder die Organisation kontrollieren können.

Erfahren

Mindestens drei Jahre Erfahrung und Praxis in der gewählten Rechtsform. Die Ausweitung und Erweiterung des Eigentums auf mehr Personen, mehr Anteile und mehr Interessengruppen wird aktiv vorangetrieben. Es ist ein Trend zu einer wachsenden Zahl von Personen im Eigentümerstatus erkennbar. Alle Eigentümer*innen sind umfassend für die Rolle geschult.

Fortgeschritten

Eine erste Ausweitung des Eigentums auf die Mitarbeitenden mit Verankerung in der Rechtsform, die den Beteiligten eine regelmäßige Mitbestimmung und Beteiligung an den Aufgaben und Vorteilen des Eigentums ermöglicht. Es werden gemeinsame Schulungen zu geteilter Führung und Eigentumspflichten durchgeführt.

Erste Schritte

Es wird an einem konkreten Konzept zur Eigentums- und Haftungsteilung inklusive einer geeigneten Rechtsform gearbeitet. Dabei steht die Sicherstellung einer Gemeinwohl-orientierten Strategie im Vordergrund.

Basislinie

Vorhandene Eigentümerstruktur, bestehend aus Gründern und/oder deren Nachfolgern, Gesellschaftern, je nach Rechtsform der Organisation.



Bewertungshilfen

Die Einstellung künftiger Eigentümer*innen zur Organisation sollte sich an den Gemeinwohl-Werten orientieren, insbesondere

- Wahrung/Ausbau der Unabhängigkeit der Organisation bei gleichzeitiger Sicherung des wirtschaftlichen Erfolgs und der Rentabilität.
- Bereitschaft, Fähigkeiten, Wissen und Ressourcen auf strategisch stärkende Weise einzubringen.
- Stärkung der Gemeinwohl-Orientierung der Organisation.

Eine Selbstverwaltungskörperschaft ist eine Körperschaft des öffentlichen Rechts, die mit dem Recht ausgestattet ist, ihre eigenen Angelegenheiten selbständig zu regeln (Selbstverwaltung). Hierzu zählen insbesondere:

- Kommunen (kommunale Selbstverwaltung)
- Hochschulen (Hochschulselbstverwaltung)
- Berufsverbände (berufliche Selbstverwaltung)
- Krankenkassen, Rentenversicherungsträger, Berufsgenossenschaften (Selbstverwaltung der Sozialversicherungsträger)
- öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten

In der Kompaktbilanz können die Fragen zu Risikobeschränkungen und zur Entwicklung der Eigentümerstruktur in den letzten Jahren entfallen. Für KMU sollten die Eigentümerverantwortung und Mitentscheidung angemessen sein, ohne dass zusätzliche risikoreduzierende Maßnahmen zur Beteiligung der Mitarbeitenden getroffen werden müssen. Im Hinblick auf die Eigentümerstruktur sollte in der Kompaktbilanz die Frage „Wie wird die Ausweitung und Verbreiterung der Eigentümerstruktur unterstützt?“ ausführlich beantwortet werdem, auch im Hinblick auf Nachfolge und Planung.

B4.3 Negativaspekt: Feindliche Übernahme

Wachstumsbeschränkungen im bestehenden Wirtschaftssystem und unzureichender wirtschaftlicher Erfolg einer Organisation können sie anfällig für Übernahmen durch Wettbewerber machen. Die Ursachen können vielfältig sein: Erhöhung des Marktanteils, Zugriff auf die Technologien, Daten oder andere Informationen sind nur einige Beispiele. Je nach Größe der Organisation und ihrem Marktanteil können Wettbewerbsgesetze gelten.

Börsennotierte Unternehmen sind besonders gefährdet, wenn ihre Aktien als unterbewertet gelten. Bei nicht börsennotierten Unternehmen können ungewollte Änderungen in der Eigentumsstruktur auch durch Finanzpartner*innen, z. B. Banken, durchgesetzt werden. Feindliche Übernahmen sind Übernahmen, die gegen den Willen des Vorstands, der Mehrheit der Arbeitnehmenden und anderer Interessengruppen erfolgen.

Geplante Fusions- und Übernahmeaktivitäten stellen kein Problem dar, wenn sowohl die Führungsebene und Eigentümer*innen als auch die Mitarbeitenden und die Mehrheit der Stakeholder beider Organisationen damit einverstanden sind. Fusions- und Übernahmeaktivitäten können ein wertvoller Teil der Wachstumsstrategie einer Organisation sein. Diese Aktivitäten sollten jedoch im Interesse aller Beteiligten erfolgen und auf Mitbestimmungsverfahren für alle Stakeholder basieren.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- (VB) Welche Gründe werden für eine Unternehmensübernahme angegeben (für Fusions- und Übernahmeaktivitäten in der Vergangenheit sowie für geplante Aktivitäten)?
- Wie kann die Organisation oder das Unternehmen vor einer feindlichen Übernahme geschützt werden?
- Wie wurde die Fusions- und Übernahmestrategie der Organisation mit Mitbestimmung und geteiltem Eigentum in Einklang gebracht?

Verifizierungsindikatoren

- Mitbestimmungsverfahren zu den Fusions- und Übernahmeplänen
- Dokumentation über geplante, vergangene und gegenwärtige Fusionen und Übernahmen der Organisation
- Änderungen der Eigentumsstruktur innerhalb der letzten drei Jahre

Bewertungsstufe

- **20 Minuspunkte:** Das Unternehmen oder die Organisation hat keine Mitentscheidungsverfahren durchgeführt, um Mitsprache durch Stakeholder und/oder Aktionär*innen auf die Fusions- und Übernahmepläne zu vermeiden.
- **50 Minuspunkte:** Das Unternehmen oder die Organisation versuchte eine feindliche Übernahme oder hat innerhalb der letzten drei Jahre eine feindliche Übernahme durchgeführt.

Bewertungshilfen

Bevor Organisationen erfolgreich fusionieren können, ist es wichtig, die Zustimmung des Managements, des Vorstands, der Mitarbeitenden und wichtiger Stakeholder einzuholen. Bei der Bewertung muss auch berücksichtigt werden, welche finanziellen Anreize den wichtigsten Entscheidungsträgern und/oder Stakeholdern geboten wurden. Die Bedingungen von Fusionen und Übernahmen sollten insbesondere die Belange der Mitarbeitenden und Stakeholder berücksichtigen, z. B. garantierte Arbeitsvertragslaufzeiten, Schulungen für neue Berufe/Arbeiten innerhalb der fusionierten Organisationen. Im Zweifelsfall muss der Erwerber beweisen, dass die Übernahme nicht feindlich war.

Für die **Kompaktbilanz** ist die Angabe der Indikatoren ausreichend, ohne eine detaillierte Beantwortung der Frage „Welche Gründe werden für eine Unternehmensübernahme angegeben (für Fusions- und Übernahmeaktivitäten in der Vergangenheit sowie für geplante Aktivitäten)?“.

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz und im Arbeitsumfeld

Die Menschenwürde in einer Organisation manifestiert sich an den Mitarbeitenden-orientierten Kultur, die auf Respekt, Wertschätzung und Vertrauen beruht. Vielfalt in Berufserfahrung, Alter, Geschlecht, gesundheitlichem Status wie z. B. einer anerkannten Behinderung, Herkunft, kulturellem Hintergrund und persönlichen Stärken der Mitarbeitenden und Angestellten wird als Chance gesehen und genutzt. Ein gesundes Arbeitsumfeld entsteht, indem die Bedürfnisse und die Entwicklung der Menschen als Priorität betrachtet werden und sie nicht als bloßer Produktionsfaktor betrachtet werden.

Eine GWÖ-Organisation …

- hat eine Organisationskultur und Kommunikation, die auf Respekt und Offenheit basiert.
- sorgt für den Einsatz ihrer Mitarbeitenden entsprechend ihrer persönlichen Stärken, schafft Freiräume für eigenverantwortliches Handeln und fördert die persönliche und berufliche Entwicklung aller Mitarbeitenden.
- sieht Vielfalt als Stärke.

Einstiegsfragen

- Was bedeutet Menschenwürde am Arbeitsplatz für unsere Organisation?
- Wie können wir für mehr Menschlichkeit in unserer Organisation sorgen?

C1.1 Mitarbeitenden-orientierte Organisationskultur

In einer Gemeinwohl-Organisation ist die Atmosphäre am Arbeitsplatz geprägt von gegenseitigem Respekt, Wertschätzung und Vertrauen. Mit Fehlern wird konstruktiv umgegangen. Konflikte werden als Chance zur Verbesserung gesehen und auf Augenhöhe gelöst. Mitarbeitende und Teams haben viel Freiheit zur Selbstgestaltung und Autonomie für ihre Aufgaben. Die Organisation schafft ein Umfeld, in dem sich individuelle Stärken und Talente entfalten können. Mitarbeitende finden Sinn in ihrer Arbeit.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Welche Maßnahmen und Prozesse gibt es bereits, um eine Unternehmenskultur zu schaffen, in der die Mitarbeitenden im Mittelpunkt stehen?
- Wie wird mit Fehlern und Konflikten umgegangen? Gibt es hier Unterschiede zwischen verschiedenen Teilen der Organisation?
- Wie werden Selbstorganisation und Autonomie der Mitarbeitenden gefördert?

Verifizierungsindikatoren

- Mitarbeiterwechsel-Rate (Fluktuationsrate: Anzahl der Mitarbeiterabgänge / durchschnittliche Mitarbeiterzahl * 100).
- durchschnittliche Dauer der Betriebszugehörigkeit.
- Anzahl der Bewerbungen (ausgeschrieben/initiativ).
- Anzahl und Regelmäßigkeit von Befragungen zur Arbeitsplatzzufriedenheit und/oder zum Erleben der Unternehmenskultur.
- Angebote von Entwicklungsmöglichkeiten (beruflich und persönlich), die den Mitarbeitenden angeboten und von ihnen genutzt werden, in Stunden pro Mitarbeitendem oder nach Führungsebene.

Bewertungsstufen



Vorbildlich
Es gibt innovative und/oder umfassende Praktiken, die eine an den Mitarbeitenden orientierte Organisationskultur unterstützen. Nachweislich ist diese Organisationskultur nachhaltig und die Auswirkungen sind bei den Mitarbeitenden spürbar.

Erfahren
Die Wirkung bzw. der Erfolg der Maßnahmen zur Förderung und Verbesserung einer an den Mitarbeitenden orientierten Organisationskultur sind erkennbar und werden analysiert. Die Maßnahmen werden in allen Organisationsbereichen umgesetzt.

Fortgeschritten
Erste Maßnahmen zur Verbesserung bzw. Förderung einer an den Mitarbeitenden orientierten Organisationskultur sind umgesetzt.

Erste Schritte
Die Organisation setzt sich eingehend mit ihrer Organisationskultur auseinander. Konkrete Maßnahmen zur Verbesserung bzw. Förderung einer an den Mitarbeitenden orientierten Kultur sind in Planung.

Basislinie
Es herrscht eine konventionelle Organisationskultur.

Bewertungshilfen

Eine an den Mitarbeitenden orientierte Organisationskultur manifestiert sich beispielsweise in folgenden Bereichen:

- Respekt, Wertschätzung, Fehlertoleranz, konstruktiver Umgang mit Konflikten:
  - immaterielle Wertschätzung (z. B. Wertschätzungsrunden)
  - Erfolge werden gefeiert
  - Fehler werden als Lernchancen (neutral oder positiv) betrachtet
  - Konflikte werden als Chance gesehen, eine bessere Lösung zu finden
  - die Konfliktlösungskompetenz der Mitarbeitenden ist hoch
- Persönliche Weiterentwicklung, Stärken fördern und in der Arbeit Sinn finden:
  - Den Mitarbeitenden werden vielfältige Möglichkeiten zur beruflichen und persönlichen Weiterentwicklung geboten.
  - Den Mitarbeitenden werden Aufgaben entsprechend ihren Talenten und Stärken zugewiesen und sie empfinden ihre Arbeit als sinnvoll.

- Klare Aufgabenverteilung, Zuständigkeiten, Strukturen und Selbstorganisation:
  - Die Mitarbeitenden haben ein klares Verständnis von ihren Rollen und Verantwortlichkeiten.
  - Mitarbeitende tragen ein hohes Maß an Eigenverantwortung, d. h., sie können selbstständig Entscheidungen treffen und sich so weit wie möglich einbringen.
  - Mitarbeitende müssen die Konsequenzen ihres Handelns mittragen.

Mitarbeitende, die die Organisation verlassen, weil befristete Verträge auslaufen, die Ausbildung endet oder sie in den Ruhestand gehen, werden bei der Fluktuationsrate nicht berücksichtigt. Wichtig sind hier das Gesamtbild und die praktische Umsetzung der oben genannten Punkte im Arbeitsalltag. Umfragen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz können hilfreich und eine gute Dokumentation sein.

In der **Kompaktbilanz** muss dieser Aspekt vollständig berichtet werden.

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitssicherheit

Gesundheitsförderung und Arbeitssicherheit sind in der gesamten Organisation verankert und die Gesundheit der Mitarbeitenden wird unterstützt. Präventive Maßnahmen und Gesundheitsangebote tragen dazu bei, die Gesundheit zu erhalten, zu verbessern und wiederherzustellen.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Welche Maßnahmen wurden umgesetzt, um gesundheitsfördernde Verhaltensweisen am Arbeitsplatz zu unterstützen und den Arbeitsschutz zu erhöhen?
- Wie werden die umgesetzten Maßnahmen evaluiert?
- Welche gesundheitlichen Probleme oder Verletzungen könnten bei Ihren Mitarbeitenden auftreten und welche Maßnahmen gibt es, um sie zu schützen?
- Wie werden Mitarbeitende mit Beeinträchtigungen, z. B. Menschen mit Behinderungen, ermächtigt, begleitet und inkludiert?

Verifizierungsindikatoren

- Durchschnittliche Gesundheits- bzw. Krankheitsquote pro Jahr (Krankheitsquote = Anzahl der kranken Mitarbeitenden / Gesamtzahl der Mitarbeitenden * 100).
- Anteil der Langzeitkrankenstände an der durchschnittlichen Jahreskrankenquote.
- Geschätztes Ausmaß, wie oft Mitarbeitende trotz Krankheit zur Arbeit kommen.
- Anzahl und Schwere der Arbeitsunfälle.
- Akzeptanz von Gesundheitsangeboten und Gesundheitstrainings durch Mitarbeitende: Angaben zu bezahlten Trainingszeiten (z. B. Stunden pro Mitarbeitendem) und Akzeptanz von Sachangeboten pro Mitarbeitendem.

Bewertungsstufen



Vorbildlich
Es gibt innovative Lösungen zur Förderung und Verbesserung der betrieblichen Gesundheit und des Arbeitsschutzes, die nachweislich Wirkung zeigen.

Erfahren
Wirkungen und Erfolge der bereits umgesetzten Maßnahmen zur Verbesserung der betrieblichen Gesundheit und Arbeitssicherheit sind sichtbar und werden analysiert. Maßnahmen werden in allen Organisationsbereichen umgesetzt.

Fortgeschritten
Bereits umgesetzte Maßnahmen zur Verbesserung der Gesundheit am Arbeitsplatz sowie des Arbeits- und Gesundheitsschutzes liegen über dem Niveau der gesetzlichen Mindestanforderung.

Erste Schritte
Detaillierte Analysen der Gesundheitsrisiken für Beschäftigte in allen Organisationsbereichen. Erste Maßnahmen zur Verbesserung der Gesundheit am Arbeitsplatz und des Arbeits- und Gesundheitsschutzes über die gesetzlichen Mindestanforderungen hinaus sind in Planung.

Basislinie
Es werden keine besonderen Leistungen zur betrieblichen Gesundheitsförderung angeboten. Die Organisation hält sich an die gesetzlichen Arbeitsschutzvorschriften sowie die ILO-Standards.



Bewertungshilfen

Die Weltgesundheitsorganisation erklärt: „Der Genuss des höchstmöglichen Gesundheitsstandards ist eines der Grundrechte jedes Menschen, ohne Unterschied von Rasse, Religion, politischer Überzeugung, wirtschaftlicher oder sozialer Stellung."
Für die Bewertung ist die praktische Umsetzung im Alltag relevant:

- Maßnahmen zum Arbeits- und Gesundheitsschutz, also eine an die Arbeitserfordernisse angepasste, gesunde Arbeitsumgebung (Beleuchtung, ergonomische Möbel, elektromagnetische Felder, Luftqualität und Schadstoffe, Unfallverhütung, Lärm) und Verhütung von Arbeitsunfällen
- Identifizierung von Risikogruppen und Maßnahmen zur Risikominimierung
- Sicherung und Schutz der Gesundheit der Mitarbeitenden, Sensibilisierung und Schulung zu Gesundheitsthemen: Suchtprävention, Ernährungsberatung, Sport- und Bewegungsprogramme, Maßnahmen zur Burn-out-, Stress- und Depressionsprävention, Rehabilitation
- Coaching, Monitoring, Mediation, Konflikt- und Krisenmanagement
- Führung und Gesundheit: Sensibilisierung des Managements für die Themen „körperliche und geistige Gesundheit am Arbeitsplatz" sowie „Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz"
- Umgang mit und Unterstützung von Mitarbeitenden, die aufgrund eines Unfalls, einer Krankheit, Pflegeleistungen usw. nicht in der Lage sind, ihrer Arbeit wie gewohnt nachzugehen
- Umgang und Unterstützung von Mitarbeitenden, die aufgrund einer anerkannten Behinderung besondere Bedarfe haben

In der **Kompaktbilanz** muss dieser Aspekt vollständig berichtet werden.

C1.3 Diversität und Chancengleichheit

Die Vielfalt der Mitarbeitenden hinsichtlich Berufserfahrung, Alter, Geschlecht, Herkunft, kulturellem Hintergrund und persönlichen Stärken wird als wertvolle Ressource geschätzt und Unterschiede werden als Bereicherung betrachtet. Alle Mitarbeitenden haben die gleichen Chancen und allen stehen in der Organisation die gleichen Möglichkeiten offen, entsprechend ihrer Qualifikation, persönlichen Vorlieben im Einklang mit den Organisationsentwicklungsplänen. Die Organisation hat das Ziel, die Diskriminierung bestimmter Personen und Gruppen sowohl strukturell als auch individuell zu überwinden.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Welche Rolle spielt Diversität bei der Rekrutierung und Behandlung von Mitarbeitenden?
- Welche Vereinbarungen oder Verfahren gibt es diesbezüglich bereits?
- (VB) In welchen Bereichen könnten sich (potenzielle) Mitarbeitende benachteiligt fühlen und was wird dagegen getan?
- Welche Maßnahmen wurden bereits ergriffen, um (hierarchische) Unterschiede auszugleichen und besondere Begabungen zu fördern?

Verifizierungsindikatoren

- Statistische Verteilung der Mitarbeitenden in der gesamten Organisation und auf allen Managementebenen im Hinblick auf Vielfalt (z. B. Alter, Geschlecht, ethnische Zugehörigkeit, Behinderungen, sexuelle Orientierung, Religion – sofern offengelegt und relevant).
- Inhalte und Stundenanzahl pro Mitarbeitendem für Gesundheits- und Diversitäts-Angebote, z. B. Schulungen, Weiterbildungen, Workshops.
- Statistische Mitarbeitervielfalt der Organisation im Verhältnis zur Demografie in der Region.
- Durchschnittliche Elternzeit in Monaten.
- (VB) Analyse der Neueinstellungen und Fluktuationszahlen für jede Diversitäts-gruppe.

Bewertungsstufen



Vorbildlich
Es gibt innovative Lösungen zur Förderung und Verbesserung des Bewusstseins für Vielfalt und Chancengleichheit, die nachweislich wirksam sind. Die Diversitäts-Strategie der Organisation wirkt sich nicht nur auf die Mitarbeitenden aus, sondern fördert auch Vielfalt, Inklusion und Chancengleichheit über die Organisation hinaus.

Erfahren
Wirkungen und Erfolge bereits bestehender Maßnahmen zur Wahrnehmung und Verbesserung des Umgangs mit Diversität und Chancengleichheit sind sichtbar und werden analysiert.

Fortgeschritten
Erste Maßnahmen zur Stärkung des Diversitätsbewusstseins und besserer Chancengleichheit wurden umgesetzt. Die Maßnahmen werden überwacht und an den Strategien und Ansätzen zur Erhöhung der Diversität unter den Mitarbeitenden ausgerichtet. Pilotprojekte werden initiiert, um die Zusammenarbeit zwischen unterschiedlichen Menschen zu erleichtern.

Erste Schritte
Schwachstellen und Benachteiligung im Hinblick auf Diversität sowie deren Auswirkungen auf die Beschäftigten werden untersucht. Erste Maßnahmen zur Sensibilisierung für Diversität und Chancengleichheit über die Aspekte Alter und Geschlecht hinaus sind geplant. Strategien und Ansätze zur Verbesserung der Chancengleichheit werden entwickelt.

Basislinie
Es werden keine Maßnahmen umgesetzt oder Schulungen durchgeführt, die über die Einhaltung gesetzlicher Anforderungen und ILO-Standards hinausgehen.



Bewertungshilfen

Mögliche Maßnahmen könnten sein:

- Anpassungen des Arbeitsplatzes, der Arbeitsmittel und der Arbeitszeit an kulturelle, religiöse, gesundheitliche, altersbedingte oder andere Bedürfnisse
- barrierefreier Zugang für körperlich eingeschränkte Mitarbeitende
- proaktive Zusammenarbeit mit Inklusionsagenturen und öffentlichen Arbeitsvermittlungsstellen, um Menschen mit besonderen Bedürfnissen als Arbeitnehmer*innen zu gewinnen
- spezielle Trainings zur Inklusion von Mitarbeitenden mit kulturellen, sozialen oder anderen besonderen Bedürfnissen
- Förderung des interkulturellen, intergenerationellen und interdisziplinären Austauschs in geeigneten Formaten (z. B. Workshops, Teambuilding-Ausflügen usw.)
- bezahlter Urlaub oder besonders flexible Arbeitszeiten zur Erhöhung der Chancengleichheit (z. B. für Beschäftigte mit Pflegeverpflichtungen, spezielle Schulungen zur Nutzung von Hilfsmitteln usw.)
- Investitionen in Technologie (z. B. Blindenschrift-Übersetzer), Hilfestellungen (z. B. Gebärdendolmetscher), soziale Bedürfnisse (z. B. Einrichtung einer betrieblichen Kinderbetreuung), Kommunikation (z. B. Sprachkurse, Schreibtrainings, Buddy-Programme)

- Anpassungen bei der Rekrutierung und Stellenvergabe (Bevorzugung unterrepräsentierter Gruppen bei gleicher Eignung)
- Berücksichtigung der sozialen Vielfalt bei der Besetzung von Fach- und Führungspositionen, um eine überdurchschnittliche Repräsentation zu erreichen

In der **Kompaktberichterstattung** kann auf die Frage „In welchen Bereichen könnten sich (potenzielle) Beschäftigte benachteiligt fühlen und was wird dagegen unternommen?" sowie auf den Indikator „Analyse der Neueinstellungen und Fluktuationszahlen je Diversitätsgruppe" verzichtet werden. Neben allen anderen Fragen und Indikatoren ist eine ausführliche Antwort auf die Frage „Welche Rolle spielt Diversität bei der Rekrutierung und Behandlung von Mitarbeitenden?" besonders wichtig.

C1.4 Negativaspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen verhindern eine an den Mitarbeitenden-orientierte Organisationskultur. Organisationen sollten sich der Probleme bewusst sein, die zu schädlichen Arbeitsumgebungen führen, und Maßnahmen ergreifen, um Missstände zu beheben. Strukturell menschenunwürdige Arbeitsbedingungen in Organisationen sollten als Anlass zur Umstrukturierung und Neuorganisation gesehen werden.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- In welchen Bereichen herrschen (potenziell) mangelhafte oder menschenunwürdige Arbeitsbedingungen, die noch nicht dem gewünschten Standard entsprechen?
- Welche Rückmeldungen gibt es von den Beschäftigten, ihren Vertretungen oder der Personalabteilung?
- Wie wird mögliches Fehlverhalten der Organisation innerhalb der Organisation gemeldet?

Verifizierungsindikatoren

- Stellungnahme der Personalvertretung bzw. der Personalabteilung zu den oben genannten Aspekten.
- Rechtsstreitigkeiten und/oder Gerichtsverfahren im Zusammenhang mit der Verletzung arbeitsrechtlicher Vorschriften, Zivilgesetze oder von Gesetzen zur Inklusion und Chancengleichheit aller Personen der Organisation im Berichtszeitraum.
- Anzahl und/oder Einzelheiten der im Berichtszeitraum von der Personalvertretung oder der Gewerkschaft eingereichten Beschwerden sowie die Reaktion der Organisation und anschließende Lösung von Konflikten.

Bewertungsstufe

Pro Teilaspekt können bis zu 50 Punkte abgezogen werden (maximal 200 Minuspunkte).

Bewertungshilfen

Beim Vor-Ort-Besuch sprechen Auditor*innen auch mit Ihren Mitarbeitenden. Liegen widersprüchliche Angaben vor, sind alle Stellungnahmen verschiedener Beteiligter zu berücksichtigen, im Zweifelsfall ist die Sichtweise der Mitarbeitenden ausschlaggebend. Dabei gilt es, die Glaubwürdigkeit der Aussagen einzuschätzen.
Dieser Aspekt muss in einer **Kompaktbilanz** vollständig berichtet werden.

C2 Gestaltung fairer und gerechter Arbeitsvereinbarungen

Arbeitsverträge sind die Grundlage, auf der Organisationen und Mitarbeitende die Art ihrer Zusammenarbeit vereinbaren. Die Struktur von Einkommen, Zeit, sozialer Absicherung oder Work-Life-Balance hat einen wesentlichen Einfluss auf die Motivation, das Sicherheitsgefühl und das Wohlbefinden der Mitarbeitenden. Erklärtes Ziel ist eine individuelle Gestaltung der Arbeitsverträge bei weitgehender Selbstbestimmung der Mitarbeitenden.

Eine GWÖ-Organisation …

- setzt sich kontinuierlich und tariflich für die Verbesserung der Arbeitsbedingungen ein.
- ermöglicht ein hohes Maß an Individualisierung der Arbeitsverträge.
- bespricht die Grundlagen der Arbeitsbedingungen offen mit allen Mitarbeitenden.
- befähigt und ermächtigt Mitarbeitende, weitreichende Entscheidungen zu treffen.
- hält sich an alle arbeitsrechtlichen Vorschriften und Grundsätze der ILO (International Labour Organization).

Einstiegsfragen

- Wie können unsere Arbeitsverträge den individuellen Bedürfnissen angepasst und zugleich solidarisch und gerecht gestaltet werden?
- Wie ermitteln wir, ob die Vergütung für die vereinbarte Leistung angemessen ist?
- Wie viele Arbeitsstunden sind (wirklich) erforderlich?
- Welchen positiven/negativen Einfluss haben die vertraglich vereinbarten Arbeitsbedingungen auf das Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden?

C2.1 Vergütungsstruktur

Eine faire Entlohnung der Mitarbeitenden hat einen wesentlichen Einfluss auf die Kultur und Entwicklung einer Organisation. Die Vergütung sollte sich möglichst transparent an Leistung, Verantwortung, Risiken und Bedürfnissen der Mitarbeitenden sowie an individuell definierten Prioritäten und an von der Organisation festgelegten Anreizstrukturen orientieren.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Wie wird die Arbeit vergütet und wie transparent sind die Rahmenbedingungen?
- Wie stellt die Organisation sicher, dass alle Mitarbeitenden ein auskömmliches Einkommen („lebenswürdiger Verdienst") haben, also einen zumindest existenzsichernden Lohn, der die regionalen Lebenshaltungskosten berücksichtigt?
- Welche Möglichkeiten zur Selbstbestimmung des Verdienstes bestehen in der Organisation?

Verifizierungsindikatoren

- Maximal- und Minimalverdienst (Verteilung innerhalb der Organisation).
- Standortabhängiger lebenswürdiger Verdienst für alle Standorte, an denen die Organisation tätig ist.

Bewertungsstufen



Vorbildlich

Vergütungssysteme sind transparent und an die individuelle Situation der Mitarbeitenden für alle Rollen oder Organisationseinheiten angepasst. Ein Verfahren zur Selbstbestimmung des Gehalts wurde entwickelt, wird von den Mitarbeitenden verwendet und kann von den Mitarbeitenden und der Organisation geändert werden. Dieser Legitimationsprozess sollte durch Mitarbeiterbeteiligung und geteilte Entscheidungsfindung gestaltet und vereinbart werden. Daten zur Gehaltsverteilung werden für alle Mitarbeitergruppen erhoben und überwacht.

Erfahren

Die Spanne zwischen dem höchsten und dem niedrigsten Verdienst innerhalb der Organisation überschreitet ein maximales Verhältnis von 1:5 nicht. Mit entsprechender Legitimation durch alle Mitarbeitenden kann das Verhältnis an die Bedürfnisse der Organisation angepasst werden. Der Legitimationsprozess ist bei Bedarf neu zu evaluieren. Daten zur Gehaltsspanne werden auch zwischen Beschäftigtengruppen erhoben und überwacht. Die Vergütungssysteme sind transparent und für die meisten Rollen oder Organisationseinheiten wird ein Anteil der Vergütung an die individuelle Situation der Mitarbeitenden angepasst.

Fortgeschritten

Maßnahmen wurden ergriffen, um eine lebenswürdige Vergütung zu gewährleisten, die an die regionalen Lebenshaltungskosten und andere individuelle Merkmale der Mitarbeitenden angepasst ist. Die Vergütungssysteme sind transparent. Daten zur Gehaltsverteilung werden gesammelt und überwacht.

Erste Schritte

Intensive Analyse und Diskussion einer gerechten Entlohnungsstruktur für die Organisation. Pläne zur Anpassung der Arbeitsverträge werden entwickelt. Die Organisation entwickelt Entlohnungsmodelle, die in einem kleinen Anteil des regulären Lohns die individuelle Situation der Arbeitnehmenden berücksichtigen. Alle Löhne liegen über der ortsabhängigen Armutsgrenze und sind keine unangemessen niedrigen Löhne.

Basislinie

Gesetzliche Anforderungen werden eingehalten (z. B. Tarifverträge, Mindestlohn, Zuschläge für Wochenend-, Nacht- und Feiertagsarbeit). Darüber hinaus wird auf die individuelle Situation von Mitarbeitenden nicht im Rahmen der Vertragsgestaltung eingegangen.



Bewertungshilfen

Berechnung des monatlichen Einkommens

Sofern nicht anders angegeben, handelt es sich bei allen Verdienstangaben um Bruttomonatsverdienste. Werden mehr als zwölf Monate vergütet, sind die Mehrverdienste anteilig zum Monatsverdienst hinzuzurechnen. In gleicher Weise werden alle Sonderzahlungen des betrachteten Zeitraums in ein monatliches Bruttogehalt umgerechnet. Das heißt, es werden alle Verdienstbestandteile eines Jahres addiert und durch 12 geteilt.

Als Personalkosten gelten jene Geld- und Sachleistungen, die vor Abzug der Steuern zu einem endgültigen Mittelabfluss der Organisation an die Mitarbeitenden führen.

Alle Komponenten der Vergütung werden berücksichtigt, typischerweise sind dies:

- feste und variable Zahlungen
- Zulagen
- Boni
- Gewinnausschüttungen
- (freiwillige) soziale Leistungen
- Unternehmensanteile und Finanzanlagen

Die Verdienstspreizung umfasst alle Mitarbeitenden. Sie ist die Differenz zwischen dem höchsten und dem niedrigsten Verdienst in einer Organisation. Die Verdienstspreizung kann auch für Organisationseinheiten oder Funktionsrollen von Mitarbeitenden ausgewertet werden. Die Differenz zwischen den Verdiensten von Mitarbeitenden in vergleichbaren Rollen oder Einheiten kann sich erhöhen, wenn eine Organisation individuelle Lohnbestandteile einführt.
„Mit entsprechender Legitimation" bedeutet, dass alle Mitarbeitenden in einen Beteiligungsprozess eingebunden sind und ein Stimmrecht haben, das eine Ablehnung der vorgeschlagenen Verdienstspanne ermöglicht. Die maximale Spanne darf 1:20 nicht überschreiten, siehe auch den negativen Aspekt C2.
Ein „lebenswürdiger Verdienst" ist nicht mit dem Mindestlohn gleichzusetzen. Er ist für jeden Standort der Organisation eigenständig zu bestimmen, um die regionalen Lebenshaltungskosten zu berücksichtigen. Länderspezifische Empfehlungen und Tools finden Sie im Dokument „Hintergrundformationen Matrix 5.1". Die Schwelle des Armutsrisikos liegt bei 60 % des Medians des Nettoäquivalenzeinkommens der Gesamtbevölkerung. Das Nettoäquivalenzeinkommen ist systematisch niedriger als das Bruttoeinkommen aus unselbständiger Arbeit. Ein „lebenswürdiger Verdienst" ist immer dann gegeben, wenn mehr als 60 % des mittleren Bruttoeinkommens eines Landes gezahlt werden.

Dieser Aspekt muss in der **Kompaktbilanz** vollständig berichtet werden, wenn Mitarbeitende beschäftigt werden.

C2.2 Arbeitszeitgestaltung

Arbeitszeit ist Lebenszeit. Der effiziente und effektive Einsatz der Arbeitskraft der Mitarbeitenden ist unmittelbarer Ausdruck eines respektvollen und wertschätzenden Umgangs innerhalb der Organisation. Reduzierung und Individualisierung der Arbeitszeit einzelner Mitarbeitender sind erklärtes Ziel der Organisation, um die Balance zwischen der Teilhabe am Arbeitsleben und dem gesellschaftlichen Leben zu fördern.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Wie werden die Arbeitszeiten in der Organisation dokumentiert und wie wird die Arbeitslast verteilt?
- Werden die Produkte bzw. Dienstleistungen der Organisation innerhalb der regulären Arbeitszeiten hergestellt oder sind zur Durchführung der ordentlichen Geschäftstätigkeiten regelhaft Überstunden erforderlich?
- Wie ermöglicht und vereinfacht die Organisation den Mitarbeitenden die gesellschaftliche Teilhabe?

- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen?

Verifizierungsindikatoren

- Organisationsweit festgelegte wöchentliche Arbeitszeit (z. B. 35 Stunden/Woche).
- Tatsächlich geleistete Überstunden.
- Arbeitszeitgestaltungsmodelle (z. B. Kernarbeitszeit, Home-Office-Recht, Kündigungsfristen, Sabbatical-Auszeiten).

Bewertungsstufen



Vorbildlich
Es wird ein Vorgehen zur selbstbestimmten Arbeitszeiteinteilung entwickelt. Die vertragliche Arbeitszeit kann von den Beschäftigten individuell angepasst und selbst eingeteilt werden. Überstunden sind in allen Organisationseinheiten die Ausnahme. Arbeitszeitmodelle mit einem hohen Maß an selbstbestimmter Arbeitsgestaltung werden in allen Rollen und Teams umgesetzt.

Erfahren
Die regulären wöchentlichen Arbeitszeiten in der Organisation liegen mindestens 20 % unter der gesetzlich möglichen maximalen wöchentlichen Arbeitszeit. Die regulären wöchentlichen Arbeitszeiten sind angemessen, um sowohl den sozialen Bedürfnissen der Mitarbeitenden als auch den Geschäftszielen der Organisation gerecht zu werden. Die regulären wöchentlichen Arbeitszeiten werden durch Mitentscheidungsprozesse definiert. Überstunden sind in den meisten Organisationseinheiten die Ausnahme. Für die meisten Rollen und Teams werden Arbeitszeitmodelle mit einem hohen Maß an selbstbestimmter Arbeitsgestaltung umgesetzt.

Fortgeschritten
Maßnahmen und Schulungen werden durchgeführt, um einen bewussten Umgang der Mitarbeitenden mit Arbeitszeiten und Überstunden zu etablieren. Überstunden werden reduziert. Für einige Rollen oder Organisationseinheiten werden Pilotprojekte durchgeführt. Die Ergebnisse der Pilotprojekte werden dokumentiert und analysiert mit dem Ziel, flexible Arbeitszeitmodelle für Mitarbeitende zu entwickeln/schaffen/anzubieten und gleichzeitig die Organisationsziele zu erreichen.

Erste Schritte
Eine gerechte Verteilung der Arbeitsbelastung und Arbeitszeit wird regelmäßig analysiert und besprochen. Es werden Pläne entwickelt, um die Flexibilität der Arbeitszeiten für einen Teil des Personals oder für einige Arbeitsteams zu erhöhen. Überstunden werden dokumentiert und die Gründe für Überstunden analysiert. Es werden Schulungsprogramme für das Personal entwickelt, um die Selbstorganisationsfähigkeiten zu verbessern und die Zusammenarbeit zu erleichtern.

Basislinie
Gesetzliche Anforderungen werden eingehalten. Ruhezeiten werden respektiert und die gesetzliche Höchstarbeitszeit pro Woche für Beschäftigte in der Branche wird nicht überschritten. Die Arbeitszeit ist so gestaltet, dass gesetzliche Verpflichtungen (z. B. vorgeschriebene Ruhezeiten, Urlaubsansprüche, Bildungsfreistellungen) eingehalten werden.

Bewertungshilfen

Die reguläre wöchentliche Arbeitszeit bezieht sich auf Vollzeitarbeitsplätze und dient als Richtwert für Teilzeitbeschäftigung. Überstunden müssen immer in Form von Freizeit ausgeglichen werden, wenn die Arbeitnehmenden keine monetäre Vergütung bevorzugen. Überstunden können erforderlich sein, um besondere betriebliche Erfordernisse zu erfüllen, wenn sie dauerhaft 10 % der wöchentlichen Arbeitszeit nicht überschreiten. Wenn Überstunden nicht dokumentiert werden können oder eine realistische Schätzung der Überstunden nicht möglich ist, sollte ein Pauschalsatz von vier Stunden angesetzt werden.

„Mitentscheidungsprozesse" zur gemeinsamen Arbeitszeitgestaltung bedeuten, dass Arbeitnehmende in angemessener Weise durch Zustimmung, Konsens oder demokratisch (Mehrheitsbeschluss) an der Arbeitszeitgestaltung beteiligt werden. Arbeitszeitstrukturmodelle können für Organisationseinheiten unterschiedlich sein, je nach Sektor und ausgeführter Arbeit. Kernarbeitszeiten können ein Mittel sein, um das Funktionieren von Arbeitsabläufen (z. B. Verfügbarkeit und Kommunikation, zuverlässige industrielle Produktion usw.) sicherzustellen und gleichzeitig die Flexibilität der Arbeitnehmenden zu erhöhen. Die Dokumentation der Arbeitszeit sollte sowohl den Arbeitnehmenden als auch den Arbeitgebenden die Überwachung und Analyse von Arbeitszeit und Leistung ermöglichen.

Dieser Aspekt muss in der **Kompaktbilanz** vollständig berichtet werden, wenn Mitarbeitende beschäftigt werden.

C2.3 Arbeitsmodelle

Das vertraglich vereinbarte Arbeitsverhältnis hat einen wesentlichen Einfluss auf das Wohlbefinden der Mitarbeitenden. Die individuelle Gestaltung des Arbeitsverhältnisses und die Sicherheit des Arbeitsplatzes erleichtern den Mitarbeitenden die langfristige Planung und ermöglichen eine bessere Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben, wie zum Beispiel die Kindererziehung, Pflege älterer Menschen, ehrenamtliches Engagement oder politische Ämter.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?
- Wie können Arbeitnehmende ihren Arbeitsvertrag ändern, um ihre Arbeit an ihre private Situation anzupassen?
- (VB) Welche Verfahren und Maßnahmen gibt es in der Organisation, um sicherzustellen, dass die Mitarbeitenden sowohl ihren beruflichen Verpflichtungen als auch ihren außerberuflichen Aufgaben nachkommen können?

Verifizierungsindikatoren

- (VB) Auflistung aller von der Organisation angebotenen Arbeitsmodelle und die Einordnung der Rollen für diese Arbeitsmodelle (z. B. Führungsposition, Verwaltungsarbeit, Produktion mit Kundendienst)
- Anzahl der Mitarbeitenden auf jeder Funktionsebene mit individuellen Arbeitsmodellen (z. B. Teilzeit, Jobsharing)

Bewertungsstufen



Vorbildlich
Es wird ein Vorgehen zur Selbstbestimmung von Arbeitsmodellen entwickelt. Arbeitsmodelle werden je nach Bedarf individuell angepasst und von den Beschäftigten selbst bestimmt.

Erfahren
Arbeitsmodelle werden an die individuelle Lebenssituation angepasst. Individuelle vertragliche Arbeitsmodelle werden auch von Führungskräften genutzt. Mitarbeitende haben die Möglichkeit, im Rahmen ihrer Arbeitsmodelle ihre Arbeit und das soziale Umfeld in Einklang zu bringen und sich persönlich in allen Kontexten einzubringen.

Fortgeschritten
Mitarbeitende haben die Möglichkeit, aus verschiedenen flexiblen Arbeitsmodellen zu wählen.

Erste Schritte
Vorhandene Arbeitsmodelle werden regelmäßig analysiert und verbessert hinsichtlich ihrer Eignung für die Mitarbeitenden.

Basislinie
Gesetzliche Anforderungen werden eingehalten. Teilzeitarbeit ist für die Mitarbeitenden möglich.



Bewertungshilfen

Besonderes Augenmerk muss auf die Vorbildfunktion der Führungskräfte und des Managements gelegt werden.

Interpretationen:

- Flexible Arbeitsmodelle: Arbeitsmodelle mit klaren Regeln und Strukturen werden von der Organisation entwickelt und können von den Mitarbeitenden genutzt werden.
- Individuell angepasste Arbeitsmodelle: maßgeschneiderte Lösungen für die einzelnen Beschäftigten. Eine Einschränkung der Selbstbestimmung ist möglich, wenn erhebliche betriebliche oder organisatorische Bedenken vorliegen (in Abstimmung mit dem Betriebsrat oder einer Interessenvertretung).

Bei der **Kompaktberichterstattung** kann die Frage „Welche Verfahren und Maßnahmen gibt es in der Organisation, um sicherzustellen, dass die Mitarbeitenden sowohl ihren beruflichen als auch ihren außerberuflichen Pflichten nachkommen können?“ entfallen, ebenso wie der Indikator „Auflistung aller von der Organisation angebotenen Arbeitsmodelle und die Einordnung der Rollen für diese Arbeitsmodelle (z. B. Führungsposition, Verwaltungsarbeit, Produktion mit Kundendienst ...)“. Die Kompaktberichterstattung zum Indikator „Anzahl der Mitarbeitenden auf jeder Funktionsebene mit individuellen Arbeitsmodellen (z. B. Teilzeit, Jobsharing)“ sollte besonders ausführlich erfolgen.

C2.4 Negativaspekt: Ungerechte Arbeitsvereinbarungen

Arbeitsverträge, auch mündliche Arbeitsverträge, die den Arbeitnehmenden kein lebenswürdiges Einkommen sichern oder unternehmerische Risiken auf die Arbeitnehmenden abwälzen, werden als Machtmissbrauch angesehen. Das ist Ausbeutung durch die Organisation und Selbstausbeutung der Beschäftigten.

In Bezug auf externes Personal ist zu berücksichtigen, ob die Organisation eine Dienstleistung einkauft oder Arbeitszeit kauft. Ersteres ist die Berührungsgruppe A (Lieferant*innen) und Letzteres ist diese Berührungsgruppe. Subunternehmer*innen, die als reguläres Personal für die Organisation und mit Organisationskolleg*innen arbeiten, werden als internes Personal behandelt.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Wird allen Mitarbeitenden eine lebenswürdige Vergütung angeboten und wenn nicht, was sind die Gründe dafür?
- Welche Rolle spielt die für die Arbeit „investierte" Lebenszeit für den beruflichen Aufstieg oder die Beurteilung des Engagements von Mitarbeitenden?
- Welches Gehalt wird für Hilfskräfte und Mitarbeitende in der Ausbildung (z. B. Schüler*innen, Azubis, Praktikant*innen, Werkstudent*innen) geboten und ist es gerecht?
- Welche Risiken oder Nachteile, etwa bei der sozialen Absicherung, der Gesundheit, der Betreuung von Angehörigen, gehen für zeitlich befristet Beschäftigte (z. B. als Saisonkräfte) mit einer Anstellung einher und durch welche Konditionen können die Risiken ausgeglichen werden?
- Wie stellt die Organisation bei befristet angestellten Mitarbeitenden sicher, dass deren Interessen berücksichtigt werden?
- Gab es im Berichtszeitraum trotz eines positiven Betriebsergebnisses einen Stellenabbau?

Verifizierungsindikatoren

- „lebenswürdiger Verdienst" je nach Standort
- Gewinn
- Anzahl der Mitarbeitenden
- Höchst- und Mindestverdienst
- Anzahl Pauschalverträge
- Anzahl der Null-Stunden-Verträge
- Mindest- und Höchstvertragsdauer von Zeitarbeitenden und Leiharbeiter*innen
- Anzahl aller Beschäftigten (inkl. Zeitarbeitenden und Leiharbeiter*innen)
- Anzahl der Zeitarbeitenden und Leiharbeiter*innen
- Dauer befristeter Arbeitsverträge
- Anteil befristeter Arbeitsverträge
- Wiedereinstellungspraxis bei befristeten Arbeitsverträgen (Kettenverträgen mit Befristungen)

Bewertungsstufe

Maximal 50 Negativpunkte, wenn einer der folgenden Aspekte (oder ein Teilaspekt) eintritt:

- Die Gehaltsspreizung zwischen dem höchsten und dem niedrigsten Verdienst in der Organisation ist größer als 1:20.
- unbezahlte Arbeit aufgrund dauernder Aussetzung oder regelmäßig verspäteter Zahlung des vereinbarten Lohns
- befristete Arbeitsverträge mit einer Dauer von mehr als einem halben Jahr oder für mehr als 10 % der Arbeitnehmenden
- Null-Stunden-Verträge
- unzureichende lebenswürdige Vergütung trotz wirtschaftlichem Erfolg der Organisation
- Pauschalklauseln, wonach zu leistende Überstunden automatisch abgegolten sind oder nicht als Überstunden deklariert werden können im Rahmen von Arbeitszeitkonten
- ungleiche Bezahlung oder eingeschränkter Zugang zu Arbeitsmodellen für die gleiche Arbeit im gleichen Land in Bezug auf persönliche Merkmale (Geschlecht, ethnische Zugehörigkeit, Alter)
- jeder Verstoß gegen geltendes Recht, etwa die Nichteinhaltung der Höchstdauer für befristete Arbeitsverträge oder der Höchstzahl von Wiedereinstellungen eines Arbeitspartners mit befristeten Verträgen ohne sachlichen Grund

Bewertungshilfen

Bei diesem Aspekt geht es um ein Gesamtbild unethischen Verhaltens und unethischer Beschäftigungspraktiken. In Deutschland beträgt die Höchstdauer befristeter Arbeitsverhältnisse zwei Jahre mit maximal drei Verlängerungen.

Unter die Definition der Zeitarbeit fallen auch Leiharbeiter*innen, Subunternehmer*innen und Saisonarbeiter*innen, sofern diese Arbeitnehmenden regelmäßig einen wesentlichen Teil der Arbeit verrichten. In diesem Fall gelten diese Vertragspartner*innen als Arbeitnehmende und nicht als Lieferant*innen.

Bietet die Organisation eine Berufsausbildung oder ein Ausbildungspraktikum an, kann dieser Aufwand mit dem Verdienst der Auszubildenden oder Praktikant*innen verrechnet werden. Der Verdienst sollte in der Höhe und hinsichtlich der Verdienstbestandteile mit anderen Organisationen vergleichbar sein, die ähnliche Leistungen anbieten.

Ehrenamtliche Tätigkeiten von Arbeitnehmenden für den Arbeitgeber müssen gesondert beurteilt werden, da sie nicht zu den Dienstpflichten, sondern zum ehrenamtlichen Engagement gehören. Besonderes Augenmerk ist unter dem Gesichtspunkt der Selbsausbeutung auf die Fortbildung und Dokumentation der ehrenamtlichen Beiträge der Arbeitnehmenden zu legen, etwa bei großen karitativen Einrichtungen oder ehrenamtlichen Helfern bei Großveranstaltungen.

Dieser Aspekt muss in der **Kompaktbilanz** vollständig berichtet werden.

C3 Umweltfreundliches Verhalten der Mitarbeitenden

Pionierorganisationen spielen eine bedeutende Rolle bei der Steigerung des Umweltbewusstseins ihrer Mitarbeitenden. Eine Organisation kann mit gutem Beispiel vorangehen und Anreizmaßnahmen ergreifen, um das Umweltbewusstsein und umweltfreundliches Verhalten der Mitarbeitenden im Arbeitsalltag zu fördern. Dieses Thema ist eng mit E3 verbunden. Alle Angebote, Anreize, Produkte einer Organisation, die darauf abzielen, das Verhalten der Mitarbeitenden der Organisation hin zu umweltfreundlichem Verhalten im Privat- oder Berufsleben zu ändern, werden hier bewertet. Wie gut eine Organisation die Mitarbeitenden unterstützt, wird an den Veränderungen gemessen, die die Mitarbeitenden freiwillig vornehmen.

Eine GWÖ-Organisation …

- fördert das Umweltbewusstsein und das umweltfreundliche Verhalten ihrer Mitarbeitenden.
- schafft einen Rahmen für die Umsetzung von Projekten, die nachhaltiges Verhalten fördern.
- trägt durch ihre Organisationskultur und internen Prozesse zur Umsetzung wichtiger Umweltschutzmaßnahmen bei.

Einstiegsfragen

- Wie fördern wir eine gesunde und umweltschonende Ernährung unserer Mitarbeitenden während der Arbeitszeit?
- Wie unterstützen wir umweltfreundliche Mobilität, insbesondere den Arbeitsweg?
- Welche Maßnahmen gibt es, um ein ökologisch nachhaltiges Handeln bei den Mitarbeitenden zu fördern?

C3.1 Verpflegung während der Arbeitszeit

Etwa ein Drittel des durchschnittlichen ökologischen Fußabdrucks geht auf den Konsum von Lebensmitteln zurück. Eine ökologische Wende braucht unter anderem Bewusstheit für die Umweltauswirkungen und Impulse zur Änderung der Ernährungsgewohnheiten.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Welchen Wert legt die Organisation auf die Herkunft der am Arbeitsplatz angebotenen Lebensmittel (regional bzw. bio) und wie spiegelt sich dies in der Praxis wider?
- Welche Angebote gibt es in der Mensa oder Kantine? Gibt es eine Küche mit Kochgelegenheit oder wird Essen fertig angeboten (z. B. nachhaltiger Catering-Lieferservice, Obstkorb direkt vom Bauernhof)?
- Wird mit lokalen Restaurants oder Lieferdiensten zusammengearbeitet, z. B. durch Essensgutscheine, die biologische, nachhaltige, Fair-Trade- oder andere umweltfreundliche Lebensmittel und Gerichte anbieten?

Verifizierungsindikatoren

- Anteil der Verpflegung aus biologischem Anbau und/oder mit Nachhaltigkeits-Siegel.

Bewertungsstufen



Vorbildlich
Zu allen Mahlzeiten werden fleischlose Alternativen angeboten, weniger als 25 % aller Mahlzeiten enthalten Fleisch. Die Lebensmittel sind überwiegend regional, saisonal, biozertifiziert und wenn möglich aus solidarischer Landwirtschaft. Das gesamte Fleisch stammt von regionalen Erzeugern aus umweltschonender Produktion.

Erfahren
Für den Großteil (>50 %) der Mahlzeiten werden fleischlose Alternativen angeboten und eine Reduktion des Fleischkonsums ist erkennbar. Lebensmittel werden überwiegend regional, saisonal und biozertifiziert eingekauft. Das gesamte Fleisch stammt von regionalen Erzeugern aus umweltschonender Produktion.

Fortgeschritten
Innerhalb der Organisation besteht ein klares Bekenntnis zur nachhaltigen Lebensmittelbeschaffung und nachhaltigen Ernährungsweise, z. B. deutlich reduzierter Konsum tierischer Produkte in der Mitarbeiterküche oder bei Lieferdiensten. Pilotprojekte wie Vegantage, Ernährungsschulungen oder Informationen zur Lebensmittelproduktion werden umgesetzt.

Erste Schritte
Es gibt erste Bemühungen, nachhaltige Ernährungsmuster zu fördern, beispielsweise durch das Angebot einer vegetarischen Option oder die Subventionierung von Mahlzeiten in Biorestaurants. Obstkörbe werden bereitgestellt.

Basislinie
Die Organisation hat keine Maßnahmen ergriffen, um eine gesunde Ernährung aus umweltfreundlichen Quellen zu fördern. Das verfügbare Lebensmittelangebot scheint gesunden Ernährungsgewohnheiten nicht entgegenzustehen. Der Preis der angebotenen Lebensmittel ist der wichtigste Entscheidungsfaktor für die Organisation.

Bewertungshilfen

Die Größe einer Organisation ist entscheidend für die Möglichkeit, ein breites Angebot an Speisen anzubieten. Von kleinen Organisationen wird nicht erwartet, dass sie Kantinen betreiben. Es kann aber eine gemeinsame Organisation und Gestaltung des Essens angeboten werden, wie zum Beispiel ein Obstkorb für die Mitarbeitenden oder gemeinsame Restaurantbesuche bei nachhaltigen Anbietern. Die meisten Organisationen stellen ihren Mitarbeitenden kostenlos Getränke wie Tee, Kaffee oder Wasser zur Verfügung. Eine bewusste Auswahl der angebotenen Getränke, zum Beispiel von regionalen Produzenten oder aus fairem Handel, kann helfen, das Bewusstsein für Ernährungsgewohnheiten zu fördern.

Auch wenn es am Arbeitsplatz keine Küche gibt, können positive Anreize gesetzt werden, z. B. Kooperationsvereinbarungen mit Preisnachlässen bei lokalen Bio- oder vegetarischen Restaurants oder im örtlichen Reformhaus. Dies wirkt sich positiv auf die betriebliche Gesundheitsvorsorge aus.

Dieser Aspekt muss in der **Kompaktbilanz** vollständig berichtet werden.

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

Arbeitsbedingte Reisen stellen einen wesentlichen Faktor zur Reduzierung von CO_2 Emissionen dar. Individualmobilität mit Verbrennungsmotoren verursacht laut Eurostat rund 61 % der gesamten CO_2-Emissionen des Verkehrssektors in der EU. Weitere 13 % entfallen auf die zivile Luftfahrt.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Welche Verkehrsmittel nutzen unsere Mitarbeitenden für den Arbeitsweg?
- Welche Möglichkeiten gibt es für Arbeitnehmende, ihren Arbeitsweg umweltfreundlicher zu gestalten?
- Welche Anreize bietet die Organisation, um umweltfreundliche Verkehrsmittel zu fördern?
- Wie werden Mitarbeitende dazu befähigt und motiviert, unnötige Reisen zu v ermeiden (z. B. durch Home-Office- oder Remote-Meeting-Richtlinien, vgl. Thema C2)?

Verifizierungsindikatoren

- Anteil der Mitarbeitenden, die mit dem Auto, mit öffentlichen Verkehrsmitteln, mit dem Fahrrad oder zu Fuß zur Arbeitsstelle reisen.

Bewertungsstufen



Vorbildlich

Dank einer betriebsinternen Anreizpolitik nutzen nahezu alle Mitarbeitenden öffentliche Verkehrsmittel, Fahrräder, Car-Sharing oder die Möglichkeit, von zu Hause aus zu arbeiten. Die Organisation kommuniziert ihre Strategien und teilt Erfahrungen zur Umstellung auf nachhaltige Mobilität mit anderen Organisationen.

Erfahren

Eine betriebliche Anreizpolitik wird umgesetzt, sodass ein Großteil der Mitarbeitenden öffentliche Verkehrsmittel, Fahrräder, Car-Sharing oder die Möglichkeit des Home-Office nutzt. Dies wird durch weitere Maßnahmen unterstützt: Mitarbeiterparkplätze werden ausschließlich für Car-Sharing genutzt, Erreichbarkeit ist ein wichtiges Entscheidungskriterium bei der Standortwahl oder bei der Ansiedlung neuer Organisationseinheiten und es werden Firmenfahrräder zur Verfügung gestellt.

Fortgeschritten

Es gibt eine konsequente und nachhaltige betriebliche Mobilitätspolitik. Wo kein öffentliches Verkehrsnetz vorhanden ist, werden Pilotprojekte umgesetzt, beispielsweise aktives Car-Sharing, Teilnahme an Fahrradinitiativen, eine umweltfreundliche Dienstwagenpolitik, Schulungen zum kraftstoffsparenden Fahren, finanzielle Anreize zur Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel und ausgewiesene Fahrradabstellplätze.

Erste Schritte

Eine nachhaltige betriebliche Mobilitätspolitik ist in konkreter Planung, z. B. Förderung der Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel, Aufklärung und Motivation der Mitarbeitenden zur Nutzung nachhaltiger Mobilität. Abstellmöglichkeiten für Fahrräder sind vorhanden.

Basislinie

Die Organisation setzt keine Anreize für unökologische Dienstreisen. Die gesetzlichen Vorgaben werden eingehalten, z. B. Fahrtkostenzuschüsse.



Bewertungshilfen

Je nach Kontext (Produktionsstandort am Stadtrand, Büro im Zentrum, abgelegener Standort usw.) gibt es verschiedene Möglichkeiten, umweltfreundlichere Verkehrsmittel zu fördern oder zu unterstützen:

- Fahrscheine für den öffentlichen Nahverkehr, Ticketzuschüsse
- Reduktion von Reisebedarfen durch digitalisierte Formate, Tele-Work und Home-Office
- Shuttle-Service durch die Organisation
- Begünstigung von Fahrgemeinschaften
- Bereitstellung von Mobilitätsbudgets für umweltfreundliche Optionen, z. B. Car-Sharing, öffentlicher Nahverkehr, Bike-Sharing
- Bereitstellung von Dienstfahrrädern und sicheren, überdachten Fahrradabstellplätzen
- Verzicht auf Dienstwagen oder Investition bzw. Leasing von umweltfreundlichen Autos oder Fahrzeugen für Dienstwege
- Infrastruktur für Elektromobilität am Standort der Organisation, z. B. Ladestationen für Elektrofahrzeuge.

Dieser Aspekt muss in der **Kompaktbilanz** vollständig berichtet werden.

C3.3 Umweltbewusste Organisationskultur

Um ein umweltfreundliches Verhalten zu etablieren, braucht es Wissen, Anleitung und Übung. Organisationen, die ein betriebliches Konzept umweltfreundlichen Verhaltens als Teil ihrer Organisationskultur entwickeln und pflegen, übernehmen Verantwortung und können ihren Mitarbeitenden dabei helfen, ihre Gewohnheiten zu ändern.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Wie würden Sie Ihre Organisationskultur im Hinblick auf Umweltaspekte beschreiben?
- Welche Rolle spielen ökologische Themen bei Weiterbildungsangeboten und Personalrekrutierung?
- Welche Sensibilisierungsmaßnahmen finden in diesem Rahmen statt?
- (VB) Welche Strategie verfolgt die Organisation hinsichtlich des ökologischen Verhaltens ihrer Mitarbeitenden (auch zur Anwendung im Privatbereich)?

Verifizierungsindikatoren

- Bekanntheitsgrad der ökologischen Haltung und ökologischen Ziele der Organisation unter Mitarbeitenden.
- Akzeptanz und geschätzte Wirkung freiwilliger Angebote für Mitarbeitende zur Erreichung der ökologischen Ziele der Organisation.

Bewertungsstufen



Vorbildlich

Institutionalisierte Maßnahmen verbessern nachweislich den ökologischen Fußabdruck der Organisation in Bezug auf die Mitarbeitenden und wirken über den Einflussbereich der Organisation hinaus. Es werden Sensibilisierungsprogramme für alle Mitarbeitenden der Organisation angeboten, z. B. regelmäßige Befragungen oder Diskussionen zum umweltfreundlichen Verhalten, Innovationslabore und innovative Ansätze zur Steigerung des Umweltbewusstseins auf gesellschaftlicher Ebene.

Erfahren

Systematische Maßnahmen sind vorhanden, werden von den Mitarbeitenden akzeptiert und verbessern nachweislich die Umweltauswirkungen der Organisation. Die Umweltpolitik der Organisation und freiwillige Angebote für Mitarbeitende werden aktiv weiterentwickelt und angepasst, beispielsweise durch Schulungsprogramme, Arbeitsgruppen oder einen benannten Umweltbeauftragten. Geeignete Formate sind bekannt und werden weiterentwickelt.

Fortgeschritten

Es sind systematische Maßnahmen vorhanden und akzeptiert, um die Mitarbeitenden über die Umweltpolitik und Umweltthemen der Organisation zu informieren, z. B. durch Schulungsprogramme, fallweise Einbeziehung der Mitarbeitenden in Umweltangelegenheiten, Informationsveranstaltungen, Informationsplakate im Büro und die Behandlung von Umweltthemen in Newslettern. Erste Auswirkungen von Pilotprojekten sind in reduzierten Umweltauswirkungen (geschätzt) erkennbar. Das Management agiert bewusst als Vorbild für Umweltbewusstsein.

Erste Schritte

Die Organisation hat konkrete Pläne, wie sie das Umweltbewusstsein stärken kann, und entwickelt Pläne für umweltfreundliche Verhaltensweisen. Die Organisation prüft geeignete freiwillige Angebote für ihre Mitarbeitenden und ist entschlossen, ihre Umweltauswirkungen gemeinsam mit den Mitarbeitenden zu verbessern.

Basislinie

Die Organisationskultur weist keine erkennbaren Widersprüche zu ökologisch nachhaltigem Handeln auf. Die gesetzlichen Standards zur Umweltbildung werden eingehalten (z. B. Abfall- und Abwasserbehandlung, Entsorgung von Giftstoffen). Es gibt keine Angebote für Mitarbeitende, ihr Umweltbewusstsein am Arbeitsplatz zu stärken.



Bewertungshilfen

Regelmäßige Mitarbeiterbefragungen können dabei helfen, die allgemeine Akzeptanz der ökologischen Ziele und Maßnahmen der Organisation bei Mitarbeitenden zu bewerten. Befragungen können auch dabei helfen, umweltfreundliche Angebote für Mitarbeitende zu konzipieren und umzusetzen, die wahrscheinlich genutzt werden. Die Umsetzung ist auf vielen verschiedenen Ebenen möglich und lässt Raum für Kreativität und Innovation.

- Um ökologisches Verhalten in der Organisationskultur zu verankern, ist die regelmäßige Einbindung der Mitarbeitenden in umweltbezogene Entscheidungen und deren Umsetzung wichtig. Beispiele hierfür sind: Förderung von Umweltthemen im betrieblichen Vorschlags- und Feedbacksystem, Weiterbildung, Durchführung von Workshops zum Thema ökologischer Fußabdruck, Organisation von Exkursionen zur Vertiefung des Umweltbewusstseins oder Budgets für externe Umweltprojekte, die von Mitarbeitenden eingerichtet oder vorgeschlagen werden.
- Um eine umweltbewusste Organisationskultur zu schaffen, ist es sehr wichtig, innerhalb der Organisation mit gutem Beispiel voranzugehen. Etwa durch den Verzicht von Führungskräften auf umweltschädliche Firmenwagen.
- Auch im Privatleben können „Green Benefits" die Mitarbeitenden dabei unterstützen, umweltfreundliche Verhaltensweisen zu leben. Beispiele sind etwa die finanzielle Unterstützung privater Maßnahmen wie Wärmedämmung, ein Zuschuss zu den Wohnkosten anstelle eines Firmenwagens oder Vergünstigungen bei Partnerorganisationen für ökologisch nachhaltigen Konsum.
- Rekrutierungsverfahren, die das Umweltbewusstsein berücksichtigen.

In der **Kompaktbilanz** kann der Indikator „Welche Strategie verfolgt die Organisation im Hinblick auf das umweltfreundliche Verhalten ihrer Mitarbeitenden (auch im Privatleben)?" entfallen. Eine ausgearbeitete Strategie ist für die Kompaktbilanz nicht notwendig. Die Frage „Wie würden Sie Ihre Organisationskultur im Hinblick auf Umweltaspekte beschreiben?" sollte jedoch ausführlich beantwortet werden.

C3.4 Negativaspekt: Duldung umweltschädlicher Praktiken

Wenn in einer Organisation umweltschädliche Praktiken oder ein verschwenderischer Umgang mit Ressourcen festgestellt werden, schadet es letztlich der Gesellschaft, wenn es die Organisation verabsäumt, diese Probleme anzugehen.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Welche internen Disziplinarverfahren gibt es, um vorsätzlichen Umweltschäden durch Mitarbeitende zu begegnen? Umweltschäden können verursacht werden, z. B. um Arbeitsaufwand zu reduzieren, durch mangelhafte Berichterstattung, Nichtbeachtung besonderer Sicherheitsbestimmungen, ungeeignete Abfallbehandlung, nichtordnungsgemäße Entsorgung gefährlicher Abfälle usw.

Verifizierungsindikatoren

Das Thema ist eng mit E3 verbunden. Es werden hier die Daten berichtet, die durch die Entscheidungen von Mitarbeitenden verursacht werden, und die Rahmenbedingungen der Organisation.

- Anzahl und CO_2-Fußabdruck geleaster oder Organisations-eigener Luxus-Geschäftsfahrzeuge (Emissionen >180 g CO2/km).
- Anzahl und CO_2-Emissionen durch Kurzstreckenflüge.
- Verpackungsauswahl der angebotenen Speisen und Getränke für Mitarbeitende.

Bewertungsstufe

Minuspunkte werden wie folgt vergeben:

- **10 Minuspunkte:** Es gibt Luxus-Geschäftsfahrzeuge (> 180 g CO_2/km)
- **10 Minuspunkte pro Geschäftsregel:** Es gibt Geschäftsregeln oder geduldete Praktiken, die umweltschädliche Verhaltensweisen fördern, obwohl es auch weniger schädliche Alternativen gibt, z. B. fliegen statt bahnfahren
- **Pro Vorfall 5 Minuspunkte:** Es werden Konsumgüter mit schlechter ökologischer Bilanz verwendet, trotz möglicher Alternativen, z. B. unnötige Verpackungen (Kaffeekapseln, Lebensmittelverpackungen aus PET, Getränke in Einzelportionen etc.), nicht-ökologische Reinigungsmittel
- **10 Minuspunkte pro Verbot:** Es bestehen Verbote für die Verwendung ökologisch nachhaltiger Produkte, z. B. Recyclingpapier.
- **10 Minuspunkte:** Im Betrieb ist ein nachlässiger Umgang mit Abfällen sichtbar, z. B. keine Mülltrennung zur Wiederverwertung (Hausmüll, Gewerbemüll, nicht nach Materialien sortierter Müll etc.).

Jeder Fall wird einzeln beurteilt, anschließend werden die Punkte addiert. Maximal können 100 Negativpunkte vergeben werden.

Dieser Aspekt muss in der **Kompaktbilanz** vollständig berichtet werden.

C4 Mitentscheidung und Transparenz innerhalb der Organisation

Die Organisation ist ein Ort der aktiven Beteiligung und Einbindung aller Mitarbeitenden. Alle Mitarbeitenden können ihre Ideen, Vorschläge oder Anregungen einbringen, übernehmen so Mitverantwortung und tragen zum Wohl der Organisation bei. Sie identifizieren sich zunehmend mit der Organisation und die gesammelte Weisheit der vielen kommt zum Tragen.
Für Ein-Personen-Organisationen ist C4 nicht anzuwenden.

Eine GWÖ-Organisation …

- macht alle wesentlichen und kritischen Informationen für ihre Mitarbeitenden transparent, leicht zugänglich und verständlich.
- verfügt über eine Führung, die auf der Legitimation und Beurteilung der Mitarbeitenden basiert.
- gewährt und ermöglicht den einzelnen Teams ein hohes Maß an Verantwortung und Entscheidungsfreiheit.
- ermöglicht es den Mitarbeitenden, ihre Interessen, Beiträge oder Impulse einzubringen und an Entscheidungsprozessen teilzunehmen.

Einstiegsfragen

- Wie werden die Werte Transparenz, Partizipation und Mitentscheidung in unserer Organisation gelebt?
- Welche Erfahrungen haben wir bisher mit transparenter Kommunikation und Beteiligung gemacht?
- Welche Ängste und Vorbehalte gibt es gegenüber mehr Transparenz und Mitentscheidung?
- Welche Vorteile und Potenziale bieten mehr Transparenz und Mitentscheidung?

C4.1 Transparenz innerhalb der Organisation

Transparenz ist eine wesentliche Voraussetzung für Mitbestimmung und Mitentscheidung. Wenn Arbeitnehmende alle wesentlichen Informationen haben, können sie sich eine Meinung bilden und aktiv mitgestalten. Grundsätzlich sollten alle relevanten Daten und Informationen frei verfügbar und so aufbereitet sein, dass sie für Beschäftigte leicht verständlich sind.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Welche Daten stehen den Beschäftigten in welcher Form zur Verfügung?
- (VB) Wie einfach oder schwierig ist es für Mitarbeitende, auf die Daten zuzugreifen? Welche physischen, intellektuellen oder sonstigen Barrieren gibt es? Und warum?
- Welche kritischen oder wesentlichen Daten der Organisation stehen den Mitarbeitenden nicht zur Verfügung? Warum nicht?
- Was wird getan, um Finanzdaten für alle Mitarbeitenden leicht verständlich zu machen?

Verifizierungsindikatoren

- Grad der Transparenz kritischer und wesentlicher Daten (Schätzung in %).

Bewertungsstufen



Vorbildlich
Alle wesentlichen und kritischen Daten sind für alle Mitarbeitenden transparent, leicht zugänglich und verständlich: gelebte Kultur der Transparenz.

Erfahren
Die meisten wichtigen Daten werden transparent, leicht zugänglich und verständlich aufbereitet: mehrjährige Kultur der Transparenz.

Fortgeschritten
Einige kritische Daten werden transparent, leicht zugänglich und verständlich aufbereitet. Konkrete Maßnahmen für mehr Transparenz gibt es seit ein bis zwei Jahren. Die Kommunikation zwischen Organisationseinheiten, etwa in Form von Pilotprojekten, hat zugenommen.

Erste Schritte
Transparenz wird als gemeinsames Gut aller Stakeholder der Organisation diskutiert und es gibt konkrete Pläne zur Erhöhung der Transparenz.

Basislinie
Der Umfang der Transparenz entspricht den gesetzlichen Anforderungen.

Bewertungshilfen

- Beispiele für wichtige Daten: Aufzeichnungen des Vorstandes, Gehaltsstrukturen (Einkommensnachweise), Buchhaltung, Einstellungs- und Entlassungsentscheidungen, Investitionsplanung.
- Wesentliche Daten: Alle Daten, die für die Entscheidungsfindung der Organisation erforderlich oder für die Ziele der Organisation von entscheidender Bedeutung sind.
- Die Grenzen der Transparenz: die gesetzlichen Regelungen zum Datenschutz, der anzuwendende Datenschutz, vertrauliche personenbezogene Daten der Mitarbeitenden, das geschützte geistige Eigentum der Organisation. Datenschutzgesetze und interne Regeln sollten nicht als pauschaler Grund verwendet werden, Transparenz zu verweigern. Vielmehr sollte die Organisation nach Möglichkeit interne Transparenz und öffentliche Transparenz mit einem geeigneten Datenschutzmanagement herstellen.

In der **Kompaktbilanz** können Sie die Frage „Wie einfach oder schwierig ist es für Mitarbeitende, auf die Daten zuzugreifen? Welche physischen, intellektuellen oder sonstigen Barrieren gibt es? Und warum?“ weglassen. Die Frage „Welche kritischen oder wesentlichen Daten der Organisation stehen den Mitarbeitenden nicht zur Verfügung? Warum nicht?“ sollte jedoch ausführlich beantwortet werden.

C4.2 Legitimation der Führungskräfte

Mitarbeitende leben mit ihren Führungskräften im Arbeitsalltag und organisatorischen Kontext. Mitarbeitende können die Kompetenz des Managements bei der Umsetzung der Arbeit und Erreichung der Unternehmensziele sehr gut beurteilen. Je stärker Mitarbeitende beteiligt sind und je mehr Möglichkeiten zur Mitgestaltung sie haben, desto größer ist die tatsächliche Wirksamkeit des Managements und desto motivierter sind die Mitarbeitenden, sich zu engagieren.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Werden Maßnahmen aufgrund von Rückmeldungen an die Führungskraft ergriffen? Welche?
- (VB) Wie werden Führungskräfte ernannt? Werden Führungskräfte in einem Top-down-Prozess aus der Sicht des CEO/des höheren Managements/der Personalabteilung ernannt oder werden sie in einem Bottom-up-Prozess aus der Sicht der Mitarbeitenden gewählt?
- Welche Möglichkeiten haben Teammitglieder, bei der Besetzung von Führungspositionen mitzuwirken? Auf welcher Führungsebene? Warum/warum nicht?

Verifizierungsindikatoren

- Anteil der Führungskräfte, die durch die Belegschaft im Wege von Beratung, Diskussion, wirksamer Beteiligung und Mitbestimmung durch Wahl der Führungskräfte legitimiert sind.

Bewertungsstufen



Vorbildlich
Alle Führungskräfte, auch der Vorstand, werden von den Mitarbeitenden periodisch gewählt und bewertet. Mitarbeitende können auch alle Führungskräfte abwählen. Aus den Bewertungsergebnissen ergeben sich Maßnahmen für die Organisationsleitung. Die Legitimation der Führungskräfte ist Teil der Organisationskultur.

Erfahren
Direkte Vorgesetzte werden von den Mitarbeitenden periodisch gewählt und bewertet. Mitarbeitende können direkte Vorgesetzte auch wieder abwählen. Aus den Bewertungsergebnissen ergeben sich Maßnahmen für das Management. Dies wird seit mehreren Jahren praktiziert.

Fortgeschritten
Mitarbeitende werden bei der Wahl von Vorgesetzten konsultiert bzw. beteiligt. Führungskräfte werden in regelmäßigen Befragungen bzw. Gesprächen beurteilt.

Erste Schritte
Die Organisation hat beschlossen, die Beteiligung der Mitarbeitenden an der Ernennung von Führungskräften zu erhöhen, und diskutiert Möglichkeiten zur Umsetzung dieser Entscheidung. Es gibt konkrete Pläne, um es den Mitarbeitenden zu ermöglichen, fundierte Entscheidungen zu treffen und aktiv am Ernennungsprozess teilzunehmen.

Basislinie
Führungskräfte werden ohne Mitwirkung der Arbeitnehmenden ernannt. Die Arbeitnehmenden werden regelmäßig über Personalentscheidungen bei Führungskräften informiert.

Bewertungshilfen

- Unter „periodischer" Wahl versteht man die Wahl des Managements nach einer vereinbarten Turnuszeit.
- Bei Abstimmungsverfahren ist eine konsensuale Methode der demokratischen Mehrheitsentscheidung vorzuziehen. Konsensuale Entscheidungsfindungsmethoden streben den größtmöglichen Konsens aller Beteiligten an, z. B. Konsens-Moderation in der Soziokratie oder systemisches Konsensieren zur Bestimmung der Option mit den geringsten Widerständen.
- Die Möglichkeit, eine Führungskraft von ihren Funktionen abzuberufen, ist für die Arbeitnehmenden vergleichbar mit der Notbremse eines Zuges. Arbeitnehmende sollten die Möglichkeit haben, diesen Schritt auch während der Amtszeit der Führungskraft vorzuschlagen.
- Bei der Beurteilung von Führungskräften sollte einerseits die größtmögliche Anonymität der Mitarbeitenden gewährleistet sein, andererseits sollten aber auch hinreichende Informationen enthalten sein, um es dem Management zu ermöglichen, auf der Basis der Rückmeldungen Maßnahmen zu ergreifen.
- Start-ups und neu gegründete Organisationen sollten mit zunehmender Mitarbeitendenzahl eine partizipative und transparente Führungspolitik verfolgen oder daran arbeiten.

In der **Kompaktbilanz** kann die Frage „Wie werden Führungskräfte ernannt? Werden Führungskräfte in einem Top-down-Prozess vom CEO/höheren Management/HR ernannt oder werden sie in einem Bottom-up-Prozess von ihren Mitarbeitenden gewählt?" weggelassen werden, da ein standardisiertes Verfahren auszuarbeiten, für KMU eine recht hohe Belastung darstellt. Die Frage „Welche Möglichkeiten haben Teammitglieder, an der Ernennung von Führungskräften teilzunehmen? Auf welcher Managementebene? Warum/warum nicht?" sollte jedoch auf der Grundlage einer dokumentierten Selbstreflexion der Organisation ausführlich beantwortet werden.

C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

Prinzipiell haben Mitarbeitende sowohl die fachliche als auch die praktische Kompetenz in ihrem jeweiligen Arbeitsumfeld. Auf der unmittelbaren Teamebene treffen Mitarbeitende Entscheidungen möglichst unabhängig und umfassend, ohne Weisung von oben, aber in enger Zusammenarbeit mit allen an den Entscheidungen beteiligten Organisationseinheiten. Auf allen anderen Ebenen haben Mitarbeitende die Möglichkeit, die Organisation nach einem Bottom-up-Prinzip mitzubestimmen. Mitentscheidung bedeutet auch geteilte Verantwortung. Das Recht der Mitarbeitenden, organisatorische Entscheidungen mitzutreffen, basiert auf der Bereitschaft, sich aktiv zu informieren und sich entscheidungsfähig zu machen. Die Organisation schafft hierfür Bedingungen, die es den Mitarbeitenden ermöglichen, fundierte Entscheidungen zu treffen, und unterstützt ihre Mitarbeitenden dabei. Bei der Mitarbeitendenmitbestimmung geht es nicht um alle Entscheidungen. Es geht darum, immer das Gleichgewicht zwischen Mitbestimmung, arbeitsteiliger Effizienz und Handlungsfähigkeit zu wahren.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- An welchen Entscheidungen können unsere Mitarbeitenden mitwirken und wie?
- Welche Vorerfahrungen hat die Organisation mit Mitarbeitendenbeteiligung bei Entscheidungen?
- Was tut die Organisation, um mehr Beschäftigten die Übernahme von Verantwortung und Mitentscheidung zu ermöglichen?

Verifizierungsindikatoren

- Anteil der Entscheidungen, die durch Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden (Schätzung in %).

Bewertungsstufen



Vorbildlich
Alle wesentlichen Entscheidungen werden möglichst im Konsens der Mitarbeitenden oder durch demokratische Beschlussfassung getroffen. Es herrscht eine Kultur der Beteiligung und Mitentscheidung sowohl unter den Mitarbeitenden als auch in der Organisationsleitung.

Erfahren
Soweit möglich werden Entscheidungen im Konsens der Arbeitnehmenden oder durch demokratische Entscheidungsfindung getroffen. Die Organisation analysiert die Folgen der Mitbestimmung und verbessert aktiv die Verfahren, um das Ausmaß der Mitbestimmung der Arbeitnehmenden aufrechtzuerhalten oder zu erhöhen.

Fortgeschritten
Die Beschäftigten werden bei wesentlichen Themen und Entscheidungen konsultiert bzw. haben Mitspracherecht. Beteiligungsverfahren sind etabliert und Mitentscheidung ist in Teilen der Organisation oder als Pilotprojekt umgesetzt.

Erste Schritte
Es gibt ein klares Bekenntnis zur Mitentscheidung durch Mitarbeitende. Konkrete Pläne zur Stärkung der Mitbestimmung liegen vor.

Basislinie
Die gesetzlichen Mitbestimmungsrechte der Arbeitnehmenden werden geachtet und in der Praxis angewendet.

Bewertungshilfen

- Beispiele für wesentliche Entscheidungen sind: Festlegung des Budgets, Einstellungen und Entlassungen, grundlegende Entscheidungen mit langfristigen Folgen. Dies gilt auch für Entscheidungen, die die Mehrheit der Mitarbeitenden oder den Arbeitsalltag der Mitarbeitenden direkt betreffen.
- Die Mitbestimmung der Arbeitnehmer*innen gilt auf allen Ebenen der Organisation. Dies bedeutet beispielsweise, dass Mitarbeitende auf Führungsebenen von den Arbeitnehmenden gewählt werden können (ein Beispiel für den Bottom-up-Ansatz). Oder, dass Entscheidungen in einer direkten Demokratie getroffen werden können, sodass bestehende Entscheidungen aufgehoben werden können

oder eine neue Entscheidung herbeigeführt werden kann, wenn mindestens 10 % der Arbeitnehmenden eine neue Entscheidung verlangen.
- Informationen zur konsensualen Entscheidungsfindung gibt es auch unter C4.2.

Dieser Aspekt muss in der **Kompaktbilanz** vollständig berichtet werden.

C4.4 Negativaspekt: Behinderung des Betriebsrats

In vielen Ländern sind Betriebsräte oder Personalverbände Organe, die die Arbeitnehmende vertreten und ihre Interessen in der Organisation schützen und durchsetzen. Im Idealfall treffen sich Betriebsrat und Management regelmäßig, tauschen sich aus und arbeiten auf Augenhöhe. Entscheidungen werden unter Berücksichtigung der gegenseitigen Interessen getroffen.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Gibt es einen Betriebsrat? Wenn nein, warum nicht?
- Welche Alternativen bietet die Organisation anstelle eines Betriebsrats?
- Welche Unterstützungsmaßnahmen gibt es für einen Betriebsrat? Wie werden Arbeitnehmende dabei gefördert, einen Betriebsrat zu gründen, auch wenn dies gesetzlich nicht erforderlich wäre?

Verifizierungsindikatoren

- Betriebsrat: vorhanden bzw. nicht vorhanden und seit wann?

Bewertungsstufe

- Abhängig von der Art und Auswirkung des Verhaltens der Organisation, einen Betriebsrat zu behindern, und der Größe der Organisation bis zu 200 Minuspunkte.

Bewertungshilfen

- Fehlender Betriebsrat: Wenn in der Organisation kein Betriebsrat vorhanden ist, sollte die Möglichkeit der Arbeitnehmenden zur Ausübung gleichwertiger Mitbestimmungsrechte geprüft werden. Alle Formen der Mitentscheidung, die weniger einflussreich als ein Betriebsrat sind, können als Hindernis für die Mitbestimmung ausgelegt werden.
- Verhinderung und Behinderung von Betriebsräten: Die Verhinderung eines Betriebsrats liegt vor, wenn die Gründung oder Wahl eines Betriebsrats durch unterschiedliche organisatorische oder kommunikative Maßnahmen durch die Organisation verhindert wird. Eine Behinderung von Betriebsräten liegt vor, wenn konstituierte Betriebsräte in der Wahrnehmung ihrer Mitentscheidungsrechte durch die Organisation behindert werden. Eine anonyme Befragung der Beschäftigten, Rückmeldungen entlassener Beschäftigter oder Informationen von Gewerkschaften oder Interessensvertreter*innen können zur Einschätzung hilfreich sein. Die Beweislast kann umgekehrt werden, so dass der Betrieb beweisen muss, dass er die Gründung eines Betriebsrats nicht behindert hat oder dass glaubwürdige unterstützende Maßnahmen ergriffen wurden.

- Eine Organisation muss den ILO-Übereinkommen über Vereinigungsfreiheit und Organisationsrecht entsprechen:
  - 1. Übereinkommen (Nr. 87) über die kollektive und individuelle Vereinigungsfreiheit und den Schutz des Versammlungsrechts: Recht der Arbeitnehmenden und Arbeitgebenden, Gremien nach eigener Wahl zu bilden und diesen beizutreten (Art. 2)
  - 2. Übereinkommen (Nr. 98) über das Vereinigungsrecht und das Recht zu Kollektivverhandlungen: Verbot der Diskriminierung aufgrund der Mitgliedschaft in einer Gewerkschaft oder aufgrund gewerkschaftlicher Betätigung (Art. 1), Recht auf Kollektivverhandlungen (Art. 4)

Dieser Aspekt muss in der **Kompaktbilanz** vollständig berichtet werden.

D1 Ethische Beziehungen mit Kund*innen

Kund*innen werden als Menschen mit Bedürfnissen und Wünschen respektiert. Sie werden nicht als potenzielle Umsatzquelle gesehen oder auf ihre Kaufkraft reduziert. Ziel ist es, den Nutzen für die Kund*innen in den Mittelpunkt zu stellen und bestmöglich zu erfüllen. Dieser Ansatz erfordert unter anderem eine kundenorientierte Produktentwicklung, eine ehrliche Kommunikation auf Augenhöhe und eine barrierefreie Erreichbarkeit an allen Kontaktpunkten mit Kund*innen. Das Konzept einer ethischen Kundenbeziehung kann einen Verzicht auf Umsatz oder Gewinn beinhalten, wenn dies im besten Interesse der Kund*innen liegt.

Eine GWÖ-Organisation …

- legt Wert auf einen partnerschaftlichen Umgang mit den Kund*innen auf Augenhöhe.
- handelt transparent und ehrlich mit dem Ziel, das Wohl ihrer Kund*innen zu fördern und die Bedürfnisse der Kund*innen zu erfüllen.
- gestaltet Produkte und Dienstleistungen bewusst barrierefrei, nützlich und benutzerfreundlich und sorgt für den barrierefreien Zugang zu Informationen und Kaufmöglichkeiten.
- verzichtet auf den Einsatz irreführender Werbetechniken wie die Übertreibung positiver Eigenschaften eines Produkts oder Verschleiern von Informationen und übt keinen Verkaufsdruck aus.

Einstiegsfragen

- Was sind unsere Werte und Grundsätze im Hinblick auf die Kundenbeziehungen?
- Wie wahren wir diese Werte innerhalb der Organisation von der Produktentwicklungsphase bis zur Kundenbetreuung und -kommunikation?
- Auf welche Hindernisse und Barrieren stoßen unsere Kund*innen beim Kauf und der Nutzung unseres Produkts oder unserer Dienstleistung?

D1.1 Beachtung der Menschenwürde in der Kommunikation mit Kund*innen

Informationen über die Organisation und ihre Produkte und Dienstleistungen orientieren sich an den Bedürfnissen der Kund*innen und sind authentisch, umfassend und ehrlich. Beschwerden und Reklamationen werden pragmatisch und lösungsorientiert behandelt. Rückmeldungen werden zur Verbesserung von Produkten, Dienstleistungen und organisatorischen Prozessen genutzt. Ein respektvoller und zurückhaltender Umgang mit Kund*innen sowie qualitativ hochwertige Produkte und Dienstleistungen führen dazu, dass Kund*innen die Organisation weiterempfehlen.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Wie werden Neukund*innen gewonnen und welche Betreuungsleistungen werden für Bestandskund*innen erbracht?

- Wie stellt die Organisation sicher, dass der Kundennutzen Vorrang vor der Umsatzmaximierung hat?
- In welcher Form werden Respekt und die Achtung der Menschenwürde in der Werbung und im Verkaufsprozess berücksichtigt?
- Wie wird auf Anfragen, Beschwerden und Reklamationen von Kund*innen reagiert?
- Wie stellt die Organisation sicher, dass ein pragmatischer Umgang mit Reklamationen und Beschwerden gelebt werden kann?

Verifizierungsindikatoren

- Übersicht über die Marketing-, Vertriebs- und Werbebudgets: Ausgaben für Aktivitäten oder Kampagnen.
- Vergütungsmodalitäten für Vertriebsmitarbeitende: prozentualer Anteil des fixen und umsatzabhängigen Verdienstes.
- Legt die Organisation Umsatzziele für ihre Mitarbeitenden fest?

Bewertungsstufen



Vorbildlich
Eine auf Augenhöhe ausgerichtete Kundenbeziehung ist fester Bestandteil der Marktpositionierung der Organisation. Innovative Lösungen für eine respektvolle Kundenkommunikation werden nachhaltig umgesetzt. Die Budgets für Marketing, Vertrieb und Werbung orientieren sich an den ethischen Leitlinien der Organisation. Für einzelne Mitarbeitende werden keine Umsatzziele festgelegt.

Erfahren
Neben ethischen Richtlinien für den Vertrieb werden alle Kontakte mit Kund*innen regelmäßig überprüft und verbessert, mit dem Ziel, Kundenbedürfnisse besser zu erfüllen und eine partnerschaftliche Kommunikation zu fördern. Marketing- und vertriebsbezogene Erträge spiegeln ethische Richtlinien wider.

Fortgeschritten
Es sind klare und präzise ethische Richtlinien zur Kundengewinnung und Kundenbetreuung vorhanden und sie werden von Marketing und Mitarbeitenden angewendet, z. B. in Form von Pilotprojekten. Die Kommunikation zwischen Konsument*innen, z. B. durch Online-Bewertungen und Empfehlungsmarketing, wird gefördert. Umsatzabhängige Vergütungskomponenten beachten die Einhaltung ethischer Richtlinien durch die Organisation.

Erste Schritte
Es wird aktiv auf die tatsächlichen Kundenbedürfnisse eingegangen, sowohl bei Produkten und Dienstleistungen als auch bei der Kundengewinnung und -betreuung. Es werden Schulungspläne für Mitarbeitende entwickelt, um kundenorientierte Beratungs- und Verkaufsprozesse zu fördern. Es werden ethische Erlösmodelle für verkaufsabhängige Vergütungsbestandteile erarbeitet.

Basislinie
Die Organisation beachtet die Regeln des fairen Wettbewerbs, kommuniziert ehrlich mit seinen Kund*innen und verzichtet auf vergleichende Werbung.

Bewertungshilfen

Die Einordnung in den Bewertungsstufen erfolgt anhand dreier Bereiche:

- Werbung:
  - informative Website
  - positive Konsument*innen-Erfahrungsberichte
  - Vorbildliche Werbemaßnahmen sind informativ, aufklärend, authentisch und respektvoll. Die Initiative liegt bei Kund*innen, d. h., man erhält keine unerwünschte Werbung (Permission-Marketing).
- Verkaufsprozess:
  - Der Nutzen für Kund*innen hat Vorrang vor dem wirtschaftlichen Interesse der Organisation.
  - Die Organisation verkauft Produkte und Dienstleistungen, die Kund*innen einen Nutzen bringen. Produkte und Dienstleistungen konkurrierender Organisationen sollten ebenfalls empfohlen werden, wenn die eigenen Produkte und Dienstleistungen die Bedürfnisse der Kund*innen nicht besser erfüllen.
  - Die Entlohnung der Mitarbeitenden liegt auf lebenswürdigem Lohnniveau und umsatzabhängige Vergütungsbestandteile bieten keinen Anreiz für unethische Verkaufspraktiken. Die einzelnen Mitarbeitenden sind nicht an interne Verkaufsziele gebunden und keinem Verkaufsdruck ausgesetzt.
  - Daten der Kund*innen werden nur intern verwendet und nicht an Dritte verkauft oder weitergegeben, sofern dies nicht zur Leistungserbringung erforderlich ist.
  - Sofern angeboten, werden Sofortkauf- oder Späterzahlungsoptionen mit allen Konsequenzen für die Kund*innen kommuniziert, einschließlich einer deutlichen Erörterung der Realzinsen und Zahlungsbedingungen.
- Serviceleistungen für Kund*innen (Kundendienst):
  - Der Zugang zum Kundenservice ist barrierefrei.
  - Den Kund*innen werden pragmatische Lösungen, etwa der unkomplizierte Umtausch von Produkten und die Erstattung des Kaufpreises, angeboten.
  - Kund*innen sind nicht an die Organisation und ihre Produkte oder Dienstleistungen gebunden. Die Freiheit der Kund*innen, zu entscheiden, bei welchem Anbieter welche Produkte und Dienstleistungen gekauft oder erneut gekauft werden, wird nicht eingeschränkt.
  - Bestandskund*innen profitieren von den gleichen Vorteilen wie Neukund*innen.

Start-ups und neue Organisationen als Sonderfall
Bei Existenzgründungen werden aktivere Formen der Werbung als neutral für die Bewertung angesehen, wenn sie angemessen, informativ und sachlich sind.

Dieser Aspekt muss in der **Kompaktbilanz** vollständig berichtet werden.

D1.2 Barrierefreier Zugang

Barrierefreiheit umfasst die Nutzbarkeit und Benutzerfreundlichkeit der Produkte oder Dienstleistungen, den Zugang zu Informationen und die einfache Erreichbarkeit des Verkaufsortes oder der digitalen Angebote. Physische, visuelle, technische, sprachliche, kulturelle, intellektuelle und finanzielle Barrieren müssen so weit wie möglich abgebaut werden.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Welche Barrieren bestehen beim Erwerb und der Nutzung von Produkten und Dienstleistungen?
- (VB) An welche benachteiligten Kundengruppen richten sich Maßnahmen zum Barriereabbau?
- Welche Maßnahmen werden ergriffen, um benachteiligten Kundengruppen den Zugang und die Nutzung von Produkten und Dienstleistungen zu ermöglichen oder zu erleichtern?
- Für B2B: Was wird getan, um sicherzustellen, dass die Verkaufsbedingungen und Leistungen für kleinere und gemeinnützige Organisationen denen für Großabnehmer, Großhändler oder größere Geschäftskunden mindestens gleichwertig sind?

Verifizierungsindikatoren

- Definition der für die Organisation relevanten benachteiligten Kundengruppen.
- Umsatzanteil in %, der mit Produkten und Dienstleistungen erzielt wird, die auf die Bedürfnisse benachteiligter Kund*innen zugeschnitten sind.

Bewertungsstufen



Vorbildlich
Produkte und Dienstleistungen sind gezielt auf die Bedürfnisse einzelner Kundengruppen abgestimmt. Für benachteiligte Kundengruppen stehen spezielle Produkte und Dienstleistungen zur Verfügung. Rückmeldungen von Kund*innen zeigen, dass benachteiligten Gruppen der Beitrag der Organisation zu Inklusion und Teilhabe bewusst ist.

Erfahren
Unternehmensweit ist Barrierefreiheit ein integraler Bestandteil der Geschäftsstrategie. Die Lösungen zielen darauf ab, die größten Barrieren für benachteiligte Kundengruppen zu überwinden. Beispiele sind soziale Preisstaffelung und geeignete Zugangserleichterungen. Marketing und Kundenfeedback werden in einem standardisierten Prozess berücksichtigt.

Fortgeschritten
Das Vertriebsteam bietet spezifische Lösungen für benachteiligte Kundengruppen an und stellt entsprechende Ressourcen für die Betreuung dieser Gruppen bereit. Dies kann in Form eines Pilotprojekts, für bestimmte Produkte und Dienstleistungen sowie für Kommunikationskanäle oder Vertriebsprozesse erfolgen.

Erste Schritte
Relevante benachteiligte Kundengruppen sind identifiziert. Kund*innen haben einen guten Zugang zu Informationen und die Informationen sind leicht verständlich. Durch Feedback werden Pläne zur Anpassung der Verkaufsprozesse von Produkten und Dienstleistungen entwickelt, um die Zugänglichkeit für benachteiligte Gruppen zu erhöhen.

Basislinie
Die Organisation hält die gesetzlichen Vorgaben im Umgang mit benachteiligten Kundengruppen ein.

Bewertungshilfen

Benachteiligte Kundengruppen sind z. B. Menschen mit geistigen, sensorischen oder körperlichen Sonderbedürfnissen, ältere Menschen, Menschen mit einer anderen Muttersprache, Menschen, die unter sozioökonomischen Benachteiligungen leiden, Menschen mit ethnischem oder religiösem Minderheitshintergrund oder Minderheiten in Bezug auf Geschlecht oder Sexualität.

Auch NGOs, gemeinnützige Organisationen, Projekte und Initiativen der Zivilgesellschaft, nichtkommerzielle Einrichtungen aus den Bereichen Bildung, Gesundheit und Soziales sowie Kleinstunternehmen können in diese Kategorie eingeordnet werden.

B2B: Für kleine und mittlere Unternehmen sowie regionale Organisationen, die sich besonders für das Gemeinwohl engagieren, gelten die gleichen Konditionen und Leistungen wie für Großabnehmer.

Für die **Kompaktbilanz** kann die Frage „An welche benachteiligten Kundengruppen richten sich Maßnahmen zum Barriereabbau?“ entfallen. Im Gemeinwohl-Bericht der Kompaktbilanz sollte die Frage „Welche Barrieren bestehen beim Erwerb und der Nutzung von Produkten und Dienstleistungen?“ besonders ausführlich beantwortet werden.

D1.3 Negativaspekt: Unethische Werbung

Die folgende Liste einzelner Werbemaßnahmen beschreibt Vorgehensweisen, die mit einer ethischen Kundenbeziehung auf Augenhöhe nur schwer vereinbar sind.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Welche konkreten Werbe- oder Verkaufsaktivitäten sind potenziell problematisch oder könnten unethisch sein? Warum?
- Welche ethischen Alternativen können für unsere Produkte oder Dienstleistungen entwickelt werden?
- Welche Werbemaßnahmen gehen über die Bereitstellung einer informativen Homepage, neutrale Produktinformationen, Nutzungshinweise und Wissensvermittlung hinaus?

Verifizierungsindikatoren

- Anteil der Werbeausgaben für ethische bzw. ethisch bedenkliche Kampagnen.

Bewertungsstufe

Für jede einzelne Maßnahme können maximal 50 Minuspunkte vergeben werden. Insgesamt können für alle Maßnahmen maximal 200 Minuspunkte vergeben werden.

Organisationsintern

- Prämien für den Abschluss bestimmter Verträge oder Verkäufe.
- Festgelegte Umsatz- oder Verkaufszahlen und jährlich steigende Umsatzziele mit Sanktionen für einzelne Mitarbeitende.

- Verkauf von Produkten entgegen den Bedürfnissen der Kund*innen oder des Marktes.
- Ausnutzung von Kundendefiziten wie Alter, Wissenslücken, wirtschaftlicher Status oder Sprachbarrieren.
- Leitlinien und psychologische Schulungen für Mitarbeitende in der Kundenakquise, die die Herabwürdigung von Wettbewerbern und die systematische Ausnutzung individueller Tendenzen potenzieller Kund*innen und manipulative Strategien beinhalten.
- Missbrauch oder Verkauf von Daten, umfangreiches Kundenprofiling, Weitergabe von Kundendaten ohne ausdrückliche Einwilligung, Umgehung von Datenschutzbestimmungen.

Außerhalb der Organisation

- Falsche Angaben, irreführende Versprechungen, Übertreibung positiver Eigenschaften eines Produkts, zurückhalten von Informationen, beschönigen, verschleiern.
- Diskriminierende und stereotype Werbetechniken, wie etwa die unnötige Einbeziehung von (geschlechtsspezifischen) Werbepersonen, die für das beworbene Produkt keine echte Relevanz haben, die Verstärkung stereotyper Rollen und Klischees, wie etwa Frauen am Herd, beim Putzen oder bei der Kinderbetreuung. Andere diskriminierende Praktiken, die als rassistisch, homophob oder in sonstiger Weise die Menschenwürde verletzend angesehen werden können.
- Darstellung von Alltagsprodukten als Statussymbole oder Verknüpfung mit Werten, die für das Produkterlebnis des Konsumenten wenig relevant sind.
- Massenwerbung oder umfangreiche unerwünschte Werbung, die in den Alltag der Menschen eindringt oder der man sich nur schwer entziehen kann (Push-Werbung wie Plakate, Bannerwerbung auf Websites, TV-/Radio-/Onlinewerbung).
- Werbung, die sich an Kinder und Jugendliche richtet und diese dazu animiert, Druck auf ihre Eltern auszuüben.
- Pyramidensysteme oder Multi-Level-Marketing, alle Verkaufsstrategien, die darauf basieren, Menschen zu ermutigen, Kund*innen aus ihrem eigenen sozialen Netzwerk zu „rekrutieren".
- Überhöhte oder unangemessene Preise.
- Lockangebote unter dem Selbstkostenprei.s
- Bewusste Anreize für übermäßigen Konsum, z. B. „All you can eat", „3 für 1", Vorrats-Angebote.
- Aufdringliche Werbung, z. B. unerwünschte Besuche von Handelsvertretenden, Massenanrufe oder die Gewinnung von Kund*innen durch Straßenansprache.
- Hotline-Warteschlangen, die teurer sind als Ortsgespräche, oder Verzögerungstaktiken in Hotline-Warteschlangen, die darauf ausgelegt sind, mehr Umsatz zu erzielen.

Bewertungshilfen

In die Bewertung fließt ein, welcher Gesamteindruck von Werbemaßnahmen ausgeht, wie umfangreich diese von der Organisation eingesetzt werden und inwieweit Kund*innen dadurch benachteiligt werden.

Dieser Aspekt muss in der **Kompaktbilanz** vollständig berichtet werden.

D2 Kooperation und Solidarität mit anderen Organisationen

Kooperation und Solidarität mit anderen Organisationen basieren auf einer wertschätzenden Grundhaltung und einer respektvollen und partnerschaftlichen Zusammenarbeit. Wettbewerb wird als gesunde und sportliche Herausforderung angesehen, ohne Betonung der Marktkonkurrenz. Diese Haltung durchdringt die Kultur der Organisation. Aspekt D2.1 konzentriert sich auf die kooperative Haltung gegenüber anderen Organisationen in der gleichen Branche. Aspekt D2.2 konzentriert sich auf solidarisches Handeln zwischen Organisationen unterschiedlicher Branchen.

Eine GWÖ-Organisation …

- betrachtet Organisationen, die im gleichen Sektor tätig sind, als Ergänzung am Markt.
- arbeitet gemeinsam mit anderen Organisationen an Lösungen, Produkten und Dienstleistungen, die die Bedürfnisse von Kund*innen und Zielgruppen erkennen und erfüllen.
- bietet anderen Organisationen Unterstützung in Notsituationen an, ohne eine Gegenleistung zu erwarten.

Einstiegsfragen

- Was verstehen wir unter einer kooperativen und solidarischen Haltung gegenüber anderen Organisationen im Allgemeinen, aber auch gegenüber anderen Organisationen, die im gleichen Sektor tätig sind?

D2.1 Kooperation mit anderen Organisationen

Ein kooperatives Ethos und Verhalten manifestiert sich in einer freundlichen, offenen und grundsätzlich respektvollen Haltung gegenüber Organisationen, die in der gleichen oder einer ähnlichen Branche tätig sind. Kooperierende Organisationen verfolgen ein gemeinsames Ziel und streben danach, dieses Ziel durch Zusammenarbeit zu erreichen. Organisationen arbeiten gemeinsam an Lösungen, Produkten und Dienstleistungen, für die Bedürfnisse von Kund*innen, Nutzer*innen, Mitgliedern und Zielgruppen, mit dem übergeordneten Ziel, sicherzustellen, dass alle Beteiligten erfolgreich sein können.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Mit welchen Organisationen, die in gleichen oder ähnlichen Branchen tätig sind, bestehen bereits Kooperationen und welche Ziele werden mit diesen Kooperationen verfolgt?
- (VB) Mit welchen branchengleichen oder branchenähnlichen Organisationen ist künftig eine Zusammenarbeit vorgesehen und in welchen Bereichen?
- In welchen Bereichen werden Wissen und Informationen mit anderen Organisationen ausgetauscht, die in den gleichen oder ähnlichen Sektoren tätig sind?
- Welche Maßnahmen zur Verbesserung der Branchenstandards wurden/werden umgesetzt oder sind in Planung?

Verifizierungsindikatoren

- Wie viel Zeit und/oder Ressourcen werden für die Entwicklung von Produkten oder Dienstleistungen in Zusammenarbeit mit anderen Organisation aufgewendet, die in den gleichen oder ähnlichen Branchen tätig sind, im Verhältnis zur gesamten für die Entwicklung der Produkte und Dienstleistungen der Organisation aufgewendeten Zeit (in Stunden pro Jahr oder als prozentualer Anteil)?
- (VB) Welcher Prozentsatz des Zeitaufwands/erzielten Umsatzes kann auf Partnerschaften mit den folgenden Organisationen zurückgeführt werden?
  - (VB) Organisationen mit gleicher Zielgruppe (ggf. auch in der gleichen Region).
  - (VB) Organisationen, die in der gleichen Branche tätig sind, deren Zielgruppe sich jedoch in einer anderen Region befindet.
  - (VB) Organisationen, die in der gleichen Branche und in der gleichen Region tätig sind, jedoch eine andere Zielgruppe haben.
- In welchen der folgenden Bereiche ist die Organisation aktiv?
  - Zusammenarbeit mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Verbesserung der Umwelt-, Sozial- und/oder Qualitätsstandards innerhalb der Branche.
  - Aktiver Beitrag zur Verbesserung der rechtlichen Standards innerhalb der Branche, d. h. verantwortungsvolles Lobbying.
  - Mitarbeit bei Initiativen zur Verbesserung von Umwelt-, Sozial- und/oder Qualitätsstandards innerhalb der Branche.

Bewertungsstufen



Vorbildlich

Produkte und Dienstleistungen werden grundsätzlich, soweit möglich, in Kooperation angeboten. Wissen und Informationen stehen in der gleichen Branche tätigen Partnerorganisationen uneingeschränkt zur Verfügung. Die Organisation trägt aktiv und regelmäßig zur Verbesserung von Branchenstandards bei und setzt Standards aktiv um.

Erfahren

Es bestehen erste Kooperationen mit Organisationen, die in der gleichen Branche tätig sind. Wissen und Informationen werden den Organisationen der gleichen Branche zur Verfügung gestellt und die Zusammenarbeit dient auch der Verbesserung von Branchenstandards. Zumindest in Teilbereichen sind positive Effekte der Kooperationen erkennbar.

Fortgeschritten

Es bestehen erste Kooperationen mit Organisationen aus anderen Branchen oder mit Organisationen aus der gleichen Branche, die jedoch in einer anderen Region ansässig sind. Es wird aktiv versucht, Kontakte zu anderen Organisationen aufzubauen. Wissen und Informationen werden mit Organisationen aus anderen Branchen ausgetauscht.

Erste Schritte

Zu anderen Organisationen wird ein grundsätzlich freundschaftliches Verhältnis gepflegt. Kooperationsbereitschaft ist grundsätzlich vorhanden und Kooperationsanfragen mit anderen Organisationen gleicher oder ähnlicher Branchen sind geplant. Wissen und Informationen werden auf Anfrage zur Verfügung gestellt.

Basislinie

Die Organisation handelt weder unangemessen gegen die Interessen anderer Organisationen noch zu deren Gunsten und nutzt andere nicht aus. Die Organisation beachtet die Einhaltung der Kartellgesetze und der geltenden Wettbewerbsvorschriften.

Bewertungshilfen

Bei der Evaluierung wird berücksichtigt, ob mit Organisationen zusammengearbeitet wird, die die gleiche (regionale) Zielgruppe ansprechen, oder mit Organisationen, die in anderen Branchen und Regionen tätig sind und somit eine andere Zielgruppe ansprechen. Erfahrene und vorbildliche Organisationen kooperieren sowohl mit Organisationen mit der gleichen Zielgruppe als auch mit Organisationen mit unterschiedlichen Zielgruppen.

Kooperationen können auf verschiedenen Stufen der Wertschöpfungskette stattfinden: Forschung und Entwicklung, kooperatives Marketing, Produktionsressourcen und -anlagen, gemeinsame Produkt- und Dienstleistungsangebote usw.

Die Weitergabe von Wissen und Informationen kann auf unterschiedliche Weise erfolgen. Beispiele sind Veröffentlichungen auf der Website der Organisation und in Broschüren oder anderer Literatur, Wissenstransfer im Rahmen von Workshops oder Vorträgen, der Schutz geistigen Eigentums und die Lizenzierung der Nutzung.

Der Schwerpunkt der Bewertung sollte auf dem letztendlichen Ziel der Zusammenarbeit liegen: der Verbesserung der Qualität von Produkten und Dienstleistungen sowie der Verbesserung von Branchenstandards im Hinblick auf Nachhaltigkeit.

Ziel der Zusammenarbeit kann die Erhöhung der Branchenstandards sein durch

- externe Audits
- Zertifizierung (Labels)
- unabhängige Überwachung
- Teilnahme an Initiativen innerhalb der Branche und/oder der Region (regelmäßige Treffen von Branchenverbänden) zur Verbesserung des Angebots an nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen
- Maßnahmen zur Minimierung des Korruptionsrisikos

Der Verifizierungsindikator „Welcher Prozentsatz der aufgewendeten Zeit/des erzielten Umsatzes kann auf Partnerschaften mit den folgenden Organisationen zurückgeführt werden?“ und nachfolgende Details können in der **Kompaktbilanz** weggelassen werden. Der Indikator „Wie viel Zeit und/oder Ressourcen werden für die Entwicklung von Produkten oder Dienstleistungen in Zusammenarbeit mit anderen, die in den gleichen oder ähnlichen Sektoren tätig sind, im Verhältnis zur gesamten für die Entwicklung der Produkte und Dienstleistungen der Organisation aufgewendeten Zeit (in Stunden pro Jahr oder als Prozentsatz)?“ sollte jedoch detailliert angegeben werden, um das Bewusstsein der Organisation für Zusammenarbeit und Solidarität zu bewerten.

D2.2 Solidarität mit anderen Organisationen

Solidarität mit anderen Organisationen zeigt sich im Zusammenhalt und in wechselseitiger uneigennütziger Unterstützung in schwierigen Situationen oder bei Engpässen. Diese Solidarität kann gelebt werden, indem Personal, finanzielle Mittel oder Technologie zur Verfügung gestellt wird oder Aufträge und Verträge weitergegeben werden. Diese Hilfe ist nicht an eine

Gegenleistung oder Entschädigung gebunden. Die Hilfe zur Selbsthilfe steht im Vordergrund, ohne zu viel Eigenverantwortung abzunehmen.

Frage zur Erstellung des Berichts

- In welchen Bereichen zeigt die Organisation Solidarität gegenüber anderen Organisationen und leistet Hilfe, ohne eine Gegenleistung zu erwarten?

Verifizierungsindikatoren

(VB) Wie viele Arbeitskräfte bzw. Personalstunden wurden anderen Organisationen zur Verfügung gestellt

- (VB) in anderen Branchen, um sie kurzfristig zu unterstützen?
- (VB) in der gleichen Branche, um sie kurzfristig zu unterstützen?

(VB) Wie viele Aufträge oder Verträge wurden an Organisationen vergeben

- (VB) in anderen Branchen, um sie kurzfristig zu unterstützen?
- (VB) in der gleichen Branche, um diese kurzfristig zu unterstützen? (prozentualer Anteil an der Gesamtzahl der Aufträge)

Wie hoch ist der Gesamtbetrag der Mittel bzw. Dienstleistungen, die anderen Organisationen zur Verfügung gestellt wurden,

- in anderen Branchen, um sie kurzfristig zu unterstützen?
- in der gleichen Branche, um sie kurzfristig zu unterstützen? (insgesamt, prozentualer Anteil am Umsatz/Gewinn)

Bewertungsstufen



Vorbildlich
Solidarische Verbünde mit anderen Organisationen werden als Teil des Geschäftsmodells umgesetzt. Hilfsangebote und Hilfsbereitschaft der Organisation werden öffentlich und für alle frei zugänglich kommuniziert.

Erfahren
Es wurden umfangreiche Erfahrungen darin gesammelt, anderen Organisationen Mitarbeitende, Aufträge, Finanzmittel und Technologien zur Verfügung zu stellen, um sie bei ihren Aktivitäten zu unterstützen oder ihnen in Notsituationen zu helfen. Anderen in der gleichen Branche zu helfen und mit ihnen zu kooperieren, wird als bewährte Praxis angesehen.

Fortgeschritten
Es wurden erste Erfahrungen damit gesammelt, anderen Organisationen Mitarbeitende, Aufträge, Finanzmittel und Technologien zur Verfügung zu stellen, um sie bei ihren Aktivitäten zu unterstützen oder ihnen in Notsituationen zu helfen. Die Unterstützung und der Austausch mit Organisationen anderer Branchen wird als bewährte Praxis angesehen.

Erste Schritte
Die Organisation ist bereit, ihre Solidarität durch konkrete Aktionen zu zeigen. Solidarität auf Anfrage: Die Organisation reagiert auf Anfragen nach Unterstützung.

Basislinie
Die Organisation hilft anderen Organisationen prinzipiell nicht.

Bewertungshilfen

Die Hilfe kann je nach Bedarf und Situation ganz unterschiedliche Formen annehmen. Sie kann zum Beispiel die Bereitstellung eines Netzwerks, die Vermittlung von Kontakten, das Anbieten individueller Lösungen oder die Weitergabe von Arbeitsaufträgen sein, wenn dies der anderen Organisation hilft.

Für die **Kompaktbilanz** genügt es, den Indikator „Wie hoch sind die den Organisationen insgesamt zur Verfügung gestellten Mittel oder Dienstleistungen?" mit einer Aussage zur Branche und zum Zeitrahmen zu beschreiben. Eine detailliertere Analyse hinsichtlich des eingesetzten Personals und der Verträge ist für die Kompaktbilanz nicht erforderlich.

D2.3 Negativaspekt: Missbrauch von Marktmacht zum Nachteil anderer Organisationen

Es wird eine Grundhaltung verfolgt, die schädigendes Verhalten gegenüber anderen Organisationen zeigt. Dies äußert sich vor allem im Wunsch der Organisation, sich als überlegen darzustellen, und im Versuch, andere Organisationen zu benachteiligen, zu behindern oder ihnen Verluste an Marktanteilen zuzufügen. Ziele und Erfolg anderer Organisationen werden als eigener Nachteil wahrgenommen. Erfolge werden auf Kosten anderer Organisationen oder Kund*innen, Anwender*innen oder Mitglieder erzielt (Win-Lose-Situationen).

Fragen zur Erstellung des Berichts

- In welchen Bereichen könnte die Organisation andere Organisationen behindern oder schädigen oder deren Aktivitäten auf andere Weise stören?
- (VB) Welcher Stellenwert wird der Erhöhung des eigenen Marktanteils beigemessen und welche Haltung wird gegenüber der Marktführerschaft eingenommen?

Verifizierungsindikatoren

- Werden in der Kommunikation der Organisation wertende Vergleiche (besser/schlechter/einzigartig) mit der Leistung, den Produkten oder Dienstleistungen anderer Organisationen vorgenommen?
- Wird bei mindestens einem Produkt oder einer Dienstleistung eine Kampfpreisstrategie verfolgt?
- Werden mit anderen Organisationen geheime/verdeckte Preisabsprachen getroffen?
- (VB) Ist die Maximierung von Marktanteilen auf Kosten anderer Organisationen, Kund*innen, Benutzer*innen, Mitglieder oder Hersteller ein Bestandteil der Organisationsstrategie?
- Werden für eigene Produktideen zahlreiche Patente angemeldet, die nicht weiter verfolgt oder genutzt werden, die die Entwicklungs-, Forschungs- und Innovationsfähigkeit anderer Organisationen einschränken können oder sollen?

Bewertungsstufe

- Die Organisation zeigt gegenüber anderen Organisationen ein schädigendes Verhalten, betont stark ihre eigene Überlegenheit und zieht wertende Vergleiche mit anderen. Der Fokus liegt auf den Interessen der Organisation selbst und nicht auf der bestmöglichen Erfüllung der Bedürfnisse von Kund*innen, Benutzer*innen und Mitgliedern.
- Andere Organisationen werden, teilweise indirekt, diskreditiert oder gezielt in einem nachteiligen Licht dargestellt.
- Die Maximierung des Marktanteils auf Kosten anderer oder zum Nachteil von Konsument*innen, Nutzer*innen, Mitgliedern oder Produzenten ist als strategisches Organisationsziel verankert. Ziel ist es, andere Organisationen zu verdrängen und deren Marktanteil zu verringern.
- Zahlreiche Patente werden für eigene Produktideen angemeldet, die jedoch nicht weiterverfolgt oder genutzt werden. Dieses Verhalten hat das Potenzial und die Absicht, die Entwicklungs-, Forschungs- und Innovationskapazität anderer Organisationen einzuschränken.
- Die Organisation missbraucht eine marktbeherrschende Stellung zum Nachteil der Kund*innen durch Kampfpreise, (geheime/verdeckte) Preisabsprachen und Kartelle.

Pro Teilaspekt können maximal 50 Punkte abgezogen werden. Insgesamt sind maximal 200 Minuspunkte möglich.

Für die **Kompaktbilanz** entfallen die Frage „Welcher Stellenwert wird der Erhöhung des eigenen Marktanteils beigemessen und welche Haltung wird gegenüber der Marktführerschaft eingenommen? “ und der Indikator „Ist die Maximierung von Marktanteilen auf Kosten anderer Organisationen, Kund*innen, Benutzer*innen, Mitglieder oder Hersteller ein Bestandteil der Organisationsstrategie?“.

D3 Umweltauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen während der Nutzung und am Ende ihrer Lebensdauer

Die Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen hat oft negative Auswirkungen auf die Umwelt. Diese Auswirkungen sollten so weit wie möglich reduziert werden. Bei diesem Thema werden Umweltauswirkungen betrachtet, die durch Kund*innen oder den Verbrauch (Energieverbrauch, Emissionen usw.) während der Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen entstehen. Die Designphase von Produkten und Dienstleistungen ist von grundlegender Bedeutung, um negative ökologische Wirkungen im Zusammenhang mit der Nutzung und Entsorgung zu reduzieren oder zu vermeiden. Die Unterscheidung zwischen ständigen oder variablen, d. h. nutzungsbedingten Umweltauswirkungen wird verwendet, um diese in D3 oder in E3 einzuordnen und zu bewerten. Variable Auswirkungen, die nur entstehen, wenn Kund*innen den Dienst nutzen, werden in D3 berichtet. Ständige Umweltauswirkungen von Organisationen sind unter E3 zu berichten. Beispiele finden sich bei den Aspekten.

Eine GWÖ-Organisation …

- bietet umfassende Informationen über den ökologischen Lebenszyklus ihrer Produkte und Dienstleistungen einschließlich der Nutzungsphase und nach der Nutzungsdauer (End-of-Life-Phase).
- zielt darauf ab, die Umweltauswirkungen ihrer Produkte und Dienstleistungen während der Nutzung und am Ende ihrer Lebensdauer vollständig zu verstehen und diese so weit wie möglich zu minimieren.
- bietet Produkte und Dienstleistungen an, die während der Nutzung und der Entsorgung weniger negative Auswirkungen auf die Umwelt haben als bestehende Alternativen.
- verwendet Geschäftsmodelle, die sich auf die (Neu-)Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen konzentrieren, um negative Auswirkungen auf die Umwelt zu minimieren oder vollständig zu vermeiden (auch als Produkt-Lebenszyklus-Management bekannt).
- setzt sich mit den Nutzungs- und Entsorgungsbedingungen durch Kund*innen auseinander und versucht, moderierend (im Sinne einer Suffizienz) auf sie einzuwirken.

Einstiegsfragen

- Wie nutzen und entsorgen unsere Kund*innen unsere Produkte und Dienstleistungen (Zweck, Häufigkeit, Dauer, Art und Weise)?
- Welche Auswirkungen auf die Umwelt ergeben sich aus der Nutzung und Entsorgung unserer Produkte und Dienstleistungen?
- Welche vergleichbaren Alternativen zu unseren Produkten und Dienstleistungen gibt es und wie stellen sich deren ökologische Auswirkungen dar?
- Inwiefern ist unser Geschäftsmodell unvermeidlich verbunden mit negativen Umweltauswirkungen durch unsere Produkte und Dienstleistungen?
- Wie können wir die Gestaltung unserer Produkte und Dienstleistungen verbessern, um negative Auswirkungen auf die Umwelt zu verringern oder zu vermeiden?

D3.1 Zirkularität und Ökoeffizienz von Produkten und Dienstleistungen: das ökologische Kosten-Nutzen-Verhältnis

Die Nutzung von Produkten und Dienstleistungen sollte so ökoeffizient und zirkulär wie möglich sein. Der Begriff Zirkularität wird verwendet, um ein Produkt oder eine Dienstleistung zu beschreiben, die auf der Nachahmung natürlicher Systeme basiert. In natürlichen Systemen werden Energie und Nährstoffe ständig umgewandelt und zirkulieren und der Abfall eines Organismus wird zur Nahrung eines anderen. Zirkularität auf der Produktebene betrachtet ein Produkt am Ende seiner Lebensdauer als Ressource für ein anderes Produkt oder eine andere Verwendung und reduziert so die Auswirkungen auf die Umwelt. Der Begriff Ökoeffizienz beschreibt das bestmögliche Verhältnis von Nutzen bzw. Bedürfnisbefriedigung und negativen Umweltauswirkungen.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- (VB) Wie beurteilt die Organisation die Umweltauswirkungen, die sich aus der Nutzung und Entsorgung ihrer Produkte und Dienstleistungen ergeben?
- Welche Auswirkungen haben die Produkte und Dienstleistungen auf die Umwelt, in absoluten Zahlen und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen?
- Wie einfach und vollständig können Produkte am Ende ihrer Lebensdauer zerlegt und ihre Komponenten getrennt werden?
- Werden bei der Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen die Umweltauswirkungen bei Nutzung und Entsorgung berücksichtigt?
- Verfolgt das Geschäftsmodell einen zirkulären Ansatz?
- Welche Strategien und Maßnahmen der Organisation reduzieren die Umweltauswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen entstehen?

Verifizierungsindikatoren

Für Produkte und Dienstleistungen

- Selbst festgelegte Indikatoren (KPI zur Verbesserung des ökologischen Fußabdrucks von Produkten/Dienstleistungen, je nachdem, was für den Sektor relevant ist).
- Beispielsweise Wasserverbrauch, CO_2-Emissionen, Ressourcen- und Energieintensität bei durchschnittlicher Nutzung und typischer Entsorgung des Produkts oder Beendigung der Dienstleistung im Vergleich zum durchschnittlichen Produkt und der durchschnittlichen Dienstleistung auf dem Markt*.
- Ausgaben für Ausgleichsmaßnahmen (z. B. CO_2-Kompensation) und Art der Kompensationsmaßnahmen.

Für Produkte

- Durchschnittliche Lebensdauer der Produkte der Organisation im Vergleich zur durchschnittlichen Lebensdauer vergleichbarer Produkte: mindestens für die 3 meistverkauften Produkte oder mindestens für die 3 Produkte mit den schwerwiegendsten negativen Auswirkungen auf die Umwelt.
- (VB) Prozentsatz der Gesamtzahl der Produkte der Organisation, die leicht repariert werden können.
- (VB) Prozentsatz der Gesamtzahl der Produkte der Organisation, die am Ende ihrer Lebensdauer leicht in Einzelteile zerlegt, auseinandergebaut oder nach Materialien

getrennt werden können.
- (VB) Prozentsatz der Gesamtzahl der Produkte der Organisation, die (einschließlich Verpackung) folgende Merkmale aufweisen:
  - Rückgabe (Sammlung direkt von der Organisation verwaltet oder ausgelagert)
  - recyclebar oder rückführbar in einen höherwertigen Wertstoffkreislauf (Upcycling)
  - rückführbar in einen geringerwertige Wertstoffkreislauf (Downcycling)
  - biologisch abbaubar oder kompostierbar
  - wiederverwendbar ohne Wertverlust

Für Dienstleistungen
- Emissionen für die Inanspruchnahme des Dienstes*.

Bewertungsstufen



Vorbildlich
Für alle Produkte und Dienstleistungen liegen umfassende Daten zu Umweltauswirkungen vor und das Geschäftsmodell sowie das Produktportfolio sind hinsichtlich der Umweltauswirkungen optimiert. Produkte und Dienstleistungen haben keine oder deutlich geringere negative Umweltauswirkungen als vergleichbare Alternativen. Nur völlig unvermeidbare Umweltauswirkungen werden kompensiert. Die Organisation kann maximale Verwertungsquoten für Wertstoffe nachweisen.

Erfahren
Es gibt eine Strategie zur langfristigen Anpassung und Optimierung des Produktportfolios und des Geschäftsmodells im Hinblick auf Umweltauswirkungen. Es gibt Maßnahmen zur Reduzierung oder Kompensation von Umweltauswirkungen einschließlich umfangreicher Rücknahmeprogramme, z. B. Rückkauf oder kostenlose Rückgabe von Produkten am Ende ihrer Lebensdauer zur Wiederverwendung oder zum Recycling. Die meisten Produkte und Dienstleistungen haben geringere Umweltauswirkungen als vergleichbare Alternativen.

Fortgeschritten
Für die Mehrzahl der Produkte und Dienstleistungen liegen umfassende Daten zu Umweltauswirkungen vor. Es gibt eine Strategie und Maßnahmen zur Reduzierung der Umweltauswirkungen in Form von Pilotprojekten oder für Produktgruppen. Die Maßnahmen sind geeignet, einen geringeren ökologischen Fußabdruck von Produkten und Dienstleistungen als vergleichbare Alternativen zu erzielen.

Erste Schritte
Erste Berechnungen und/oder Schätzungen der Umweltauswirkungen wurden durchgeführt. Pläne zur Reduzierung der Umweltauswirkungen und zum Ausgleich unvermeidbarer Auswirkungen werden entwickelt. Einige Produkte und Dienstleistungen haben geringere Umweltauswirkungen als vergleichbare Alternativen.

Basislinie
Die Organisation verfügt über keine Daten zu den Umweltauswirkungen ihrer Produkte und Dienstleistungen. Es sind weder Strategien noch Maßnahmen vorhanden, um die Umweltauswirkungen der Produkte und Dienstleistungen zu reduzieren. Die Produkte und Dienstleistungen der Organisation erfüllen alle gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich ihrer Umweltauswirkungen.

Bewertungshilfen

Mit „*“ gekennzeichnete Indikatoren können im Detail durch eine Ökobilanz (Life-Cycle-Assessment (LCA)) des Produkts oder der Dienstleistung ermittelt werden. Diese Bewertung kann ressourcenintensiv sein und nicht alle Organisationen könnten in der Lage sein, eine Ökobilanz für ihre Produkte und Dienstleistungen durchzuführen. Überlegungen zur Relevanz einer Ökobilanz für die Verbesserung der Geschäftsstrategie und Produkte sollten aber angestellt werden. Eine Ökobilanz wird dringend empfohlen, insbesondere für Produkte oder Dienstleistungen, bei denen eine hohe Umweltbelastung vermutet wird oder bei Produktalternativen belegt wurde. Berücksichtigt werden beispielsweise Wasserverbrauch, Kohlenstoffemissionen, Energieintensität, toxische Substanzen oder schwerwiegende Auswirkungen auf die Artenvielfalt (siehe auch Einführungskapitel 3.4 „Lebenszyklusperspektive“).

Zu geeigneten Maßnahmen gehört beispielsweise die Anwendung von Ökodesign-Kriterien oder ähnlichen Standards bei der Gestaltung und Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen.

Bei den Informationen kann es sich um absolute Werte oder relative Vergleiche mit ähnlichen Produkten und Dienstleistungen (Ökobilanzen usw.) handeln, gegebenenfalls auch um Schätzungen oder Schlussfolgerungen aus wissenschaftlichen Studien. Dienstleistungen haben keinen Lebenszyklus im herkömmlichen Sinne.

In der End-of-Life-Phase:

- Downcycling bedeutet, dass die Komponenten oder Materialien des Produkts oder der Verpackung bei Wiederverwendung oder Recycling an Wert verlieren.
- Upcycling bedeutet, dass die Komponenten oder Materialien des Produkts oder der Verpackung durch Wiederverwendung oder Recycling an Wert gewinnen.
- Recycling bedeutet, dass die Komponenten oder Materialien des Produkts oder der Verpackung bei Wiederverwendung oder Recycling denselben Wert behalten.

Beispiele zu ständigen und variablen Umweltauswirkungen:

- Im Falle eines Taxiunternehmens würden die Auswirkungen, die durch „tote“ Kilometer zwischen den Fahrten, den Betrieb eines Büros etc. entstehen, unter E3 und die Auswirkungen, die durch Fahrten mit Fahrgästen entstehen, unter D3 berichtet.
- Ein Masseur würde Raumnutzung, Heizung etc. unter E3 berichten, Massageöl und Fahrtwege der Kund*innen unter D3.
- Ein Unternehmensberater würde die eigenen Büros unter E3 und Auswirkungen, die sich aus Reisen zu Beratungsterminen ergeben, unter D3 berichten.

Für die Kompaktbilanz wird der Indikator „Durchschnittliche Lebensdauer der Produkte der Organisation im Vergleich zur durchschnittlichen Lebensdauer vergleichbarer Produkte: mindestens für die 3 meistverkauften Produkte oder mindestens für die 3 Produkte mit den schwerwiegendsten negativen Umweltauswirkungen“ angegeben. Nur für diese 3 meistverkauften Produkte oder die 3 Produkte mit erheblichen negativen Umweltauswirkungen muss die Behandlung am Ende der Lebensdauer auch detailliert werden: „zurückgegeben, recycelt oder upgecycelt, downgecycelt, biologisch abgebaut/kompostiert oder wiederverwendet ohne Wertverlust“.

D3.2 Suffizienz: Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen

Neben der effizienteren Gestaltung einzelner Produkte und Dienstleistungen ist es wichtig, einen maßvollen Gesamtverbrauch zu fördern. Nur so lassen sich letztlich auf gesellschaftlicher Ebene Umweltauswirkungen effektiv reduzieren. Die Reduzierung des Konsums erfordert von Organisationen ein tiefgreifenderes Umdenken als die Verbesserung von Effizienz und Zirkularität. Die Reduzierung des Konsums steht im Widerspruch zum vorherrschenden Wachstumsparadigma. Gleichzeitig sollten Kund*innen in die Lage versetzt werden, verantwortungsbewusst zu entscheiden, welchen Anteil der ihnen theoretisch zustehenden Umweltauswirkungen, des persönlichen ökologischen Budgets, sie in ein Produkt oder eine Dienstleistung investieren möchten. Suffizienz kann mithilfe unterschiedlicher Konzepte in Geschäftsmodelle integriert werden, beispielsweise durch Reduktion, Verzicht, Substitution, Größenanpassung, geteilte Nutzung, Entmaterialisierung (Digitalisierung), Mehrzwecknutzung oder andere Möglichkeiten zur Reduzierung des absoluten Ressourcen- und Energieverbrauchs.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Wie fördert das Geschäftsmodell die Suffizienz bzw. den maßvollen Gebrauch?
- Inwieweit findet in der Organisation eine Auseinandersetzung mit Suffizienz bzw. der maßvollen Nutzung von Produkten und Dienstleistungen statt?
- (VB) Welche Strategien und Maßnahmen gibt es, um einen maßvollen Konsum und eine suffizienzorientierte Nutzung der Produkte und Dienstleistungen der Organisation zu fördern?
- Sind Produkte und Dienstleistungen so konzipiert, dass sie einen moderaten Konsum fördern, und wie wird dies den Kund*innen vermittelt?

Verifizierungsindikator

Für Produkte und Dienstleistungen

- Prozentanteil an der Gesamtanzahl der Produkte und Dienstleistungen der Organisation, die einen auf den Grundsätzen der Suffizienz basierenden individuellen Lebensstil unterstützen.

Bewertungsstufen



Vorbildlich

Die Förderung eines maßvollen Konsums ist ein wesentlicher Bestandteil des Geschäftsmodells und der Kundenbeziehung. Das Produktportfolio enthält ausschließlich Produkte und Dienstleistungen, die einen suffizienten Lebensstil unterstützen.

Erfahren

Strategie und Aktivitäten der Organisation passen das Produktportfolio langfristig im Sinne der Suffizienz an. In ihrer Kommunikation setzt sich die Organisation aktiv für einen maßvollen Konsum ein und informiert Konsument*innen umfassend über die ökologischen Auswirkungen ihrer Produkte und Dienstleistungen.

Fortgeschritten

Eine Strategie zur Förderung von Suffizienz und maßvollem Umgang mit Produkten und Dienstleistungen ist vorhanden und erste Maßnahmen sind umgesetzt. Die Organisation stellt Kund*innen standardmäßig Hintergrundinformationen zu ökologischen Auswirkungen zur Verfügung und sensibilisiert sie für maßvollen Umgang.

Erste Schritte

Die Organisation setzt sich ernsthaft mit Suffizienz und maßvollem Gebrauch von Produkten und Dienstleistungen auseinander. Die Organisation stellt Kund*innen und Verbraucher*innen grundlegende Informationen zu den ökologischen Auswirkungen ihrer Produkte und Dienstleistungen zur Verfügung, mit dem Ziel, das Bewusstsein für einen maßvollen Gebrauch zu fördern.

Basislinie

Die Organisation beschäftigt sich nicht aktiv mit Suffizienz, verursacht aber auch keine unverhältnismäßigen ökologischen Auswirkungen. Die Organisation hält in der Kommunikation mit Kund*innen die gesetzlichen Vorgaben hinsichtlich der Transparenz der Auswirkungen ihrer Produkte und Dienstleistungen ein und ist nicht irreführend.



Bewertungshilfen

Moderater Konsum: Theoretisch verfügt jeder Mensch über ein ökologisches Budget, das den Konsum innerhalb der planetarischen Grenzen für den Einzelnen begrenzt. Konsum oder Gesamtnutzung gelten als moderat, wenn der Einzelne nicht überproportional viel konsumiert, bezogen auf alle Menschen und die planetaren Grenzen. Moderater Konsum kann direkt für die Produkte und Dienstleistungen der Organisation und durch den Einsatz der Suffizienz-Konzepte wie Recyclingfähigkeit und Wiederverwendbarkeit, Langlebigkeit und Reparaturfähigkeit erreicht werden.

Mögliche Maßnahmen können sein:

- Preisvorteile und Anreizsysteme zur Förderung von Reparatur, Wiederverwendung und gemeinsamer Nutzung
- erweiterte Garantie, günstiger Reparaturservice
- Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen, die Suffizienzprinzipien folgen, wie etwa Car-Sharing, Cradle to Cradle, Produkte aus leicht trennbaren Materialien, Materialien mit geringer Umweltbelastung

- Informationen über umweltfreundlichere Alternativen (einschließlich Produkten und Dienstleistungen anderer Organisationen) und Anreize zum Kauf dieser Produkte, Informationen über die Umweltauswirkungen aller Produkte und Dienstleistungen, Maßnahmen zur Sensibilisierung der Kund*innen für einen maßvollen Konsum, innerbetriebliche Kommunikation über Telefon oder elektronische Medien anstelle von Fahrten zu Besprechungen.

Suffizienzorientierte Geschäftsmodelle berücksichtigen die Prinzipien wie das Tauschen, die geteilte Nutzung und die Reparierbarkeit während der Nutzung sowie Recycling, Wiederverwendung und Wiederaufbereitung nach der Nutzungsphase. Leicht zu merken sind die vier „E" der Suffizienz: Entrümpelung, Entschleunigung, Entflechtung und Entkommerzialisierung.

Produkte fördern die Suffizienz, wenn sie langlebig, leicht zu reparieren, zeitlos im Design und recyclebar (z. B. Cradle to Cradle) sind oder zumindest am Ende ihrer Lebensdauer umweltverträglich entsorgt werden können, z. B. durch Verwendung leicht trennbarer Materialien.

Suffizienzorientierte Kundenkommunikation sensibilisiert Kund*innen für das Thema maßvoller Konsum und motiviert zur freiwilligen Konsumbeschränkung. Hinweise zur Kommunikation:
- Irreführende Formen der Kommunikation wie beispielsweise Greenwashing werden unter dem Negativaspekt D1.3 (Negative Werbung) genauer untersucht.
- Grundlegende Hintergrundinformationen zu Umweltauswirkungen können Kurzinformationen zu einzelnen Themen (Treibhausgasemissionen, Wasserverbrauch etc.) umfassen, deren Hauptziel die Sensibilisierung und Aufklärung der Kund*innen ist.
- Die standardmäßige Kundeninformation bedeutet, dass jede Kundenkommunikation immer auch relevante Informationen zu Umweltauswirkungen enthält.
- Umfassende Informationen geben Hintergründe zu den Zusammenhängen zwischen Umweltauswirkungen, Anregungen und Tipps zum maßvollen Umgang und zu Suffizienz und Verzicht.

Suffizienz-orientierte Kundenbeziehungen könnten beispielsweise darin bestehen, Kund*innen aktiv auf umweltfreundlichere Alternativen (auch von Wettbewerbern) hinzuweisen.

Wenn Informationen über Umweltauswirkungen nur dazu verwendet werden, den Gesamtverbrauch und die Nutzung zu steigern, wirkt sich dies kontraproduktiv auf die Nachhaltigkeit aus, da dies zu einer Nettoerhöhung der Umweltauswirkungen führt. Daher sollte die Kommunikation über Umweltauswirkungen auch das Konzept der Suffizienz fördern.

Für die Kompaktbilanz kann die Frage „Welche Strategien und Maßnahmen gibt es, um einen maßvollen Konsum und eine suffizienzorientierte Nutzung der Produkte und Dienstleistungen der Organisation zu fördern?" entfallen. Die Frage „Sind Produkte und Dienstleistungen so konzipiert, dass sie einen maßvollen Konsum fördern, und wie wird dies den Kund*innen kommuniziert?" muss jedoch ausführlich beantwortet werden, um das Bewusstsein für Suffizienz im Geschäftsmodell bewerten zu können.

D3.3 Negativaspekt: Untätigkeit bei unverhältnismäßigen Umweltauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen

Bei diesem Aspekt werden unverhältnismäßig negative Umweltauswirkungen während der Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen bewertet. Unverhältnismäßig negative Umweltauswirkungen führen kollektiv zu einer Überschreitung der planetaren Belastungsgrenzen. Produkte und Dienstleistungen der Organisation, die bewusst, beispielsweise, weil es die Geschäftsstrategie der Organisation ist, zu kollektivem Überkonsum beitragen, werden hier bewertet.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Nutzt die Organisation die Preisgestaltung, Anreize oder geplante Obsoleszenz, um übermäßigen Gebrauch oder schnellen Wiederverbrauch zu fördern? Wenn ja, unter welchen Umständen? Aktiv gefördert oder geduldet?
- (VB) Welche Produkte und Dienstleistungen haben das Potenzial, die planetaren Belastungsgrenzen zu überschreiten, wenn sie von jedem Menschen auf der Welt einmal oder einige Male genutzt werden?
- Welche Produkte können dazu beitragen, die planetaren Belastungsgrenzen zu überschreiten, wenn ihre typische Nutzung beibehalten oder gesteigert wird?

Verifizierungsindikatoren

- Prozent der Gesamtzahl der Produkte und Dienstleistungen der Organisation, die den Grundsätzen der Suffizienz, Ökoeffizienz und Zirkularität gezielt zuwiderlaufen.
- Geschätzter Anteil der Verkäufe, die durch Suggestion einer Notwendigkeit zu übermäßigem Konsum führen.

Bewertungsstufe

Je nach Ausmaß der Umweltauswirkungen und Branche, Produkt und Organisationsgröße können insgesamt bis zu 100 Punkte abgezogen werden.
Jeweils 50 Minuspunkte:

- Übermäßiger Verkauf von Produkten und Dienstleistungen aufgrund von Preisdumping, Anreizsystemen, geplanter Obsoleszenz oder anderen Verkaufspraktiken, die übermäßigen Konsum fördern.
- Mehr als die Hälfte der Produkte und Dienstleistungen der Organisation widerspricht den Prinzipien der Suffizienz, Ökoeffizienz und Zirkularität.

Bewertungshilfen

Produkte und Dienstleistungen gelten dann als unverhältnismäßig, wenn die Umweltauswirkungen pro Nutzung bei üblichen Nutzungsmustern, hochgerechnet auf die gesamte Menschheit, zu einer Überschreitung der planetaren Belastungsgrenzen führen. Produkte und Dienstleistungen laufen den Prinzipien der Suffizienz, Ökoeffizienz und Zirkularität zuwider, wenn sie folgende Merkmale aufweisen:

- geplante Obsoleszenz (technische, psychologische Obsoleszenz)
- schnell wechselnde Modetrends

- schnelle Entwicklung neuer Produktmodelle in Kombination mit geplanter psychologischer Obsoleszenz, z. B. bei Smartphones
- aktive Bedürfniskultivierung bzw. -aktivierung, z. B. Langstreckenflüge bei Reisebüros
- irreführende Kommunikation (z. B. Greenwashing, für eine genauere Erklärung siehe Negativaspekt D1.3)
- Produkte, die den Verkauf weiterer Produkte anregen, um das Funktionieren zu erleichtern oder sicherzustellen

In der Kompaktbilanz kann die Frage „Welche Produkte und Dienstleistungen haben das Potenzial, die planetaren Belastungsgrenzen zu überschreiten, wenn sie von jedem Menschen auf der Welt einmal oder einige Male genutzt werden?“ weggelassen werden.

D4 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz

Die Mitwirkung von Kund*innen kann Hinweise zu sozial-ökologischen und nachhaltigen Produktverbesserungen, Produkt- und Serviceinnovationen sowie zur Entwicklung von Nachfrage und Markt geben. Kund*innen können ihre Erfahrungen direkt mit der Organisation teilen oder miteinander kommunizieren. Organisationen mit aktiver Mitwirkungspolitik und transparenten Produktinformationen helfen, das Gemeinwohl zu stärken, da der Einfluss der Kund*innen steigt. Transparente Informationen über Inhaltsstoffe, Preiskomponenten und Mitwirkungsmöglichkeiten der Kund*innen ermöglichen fundierte Kaufentscheidungen und tragen zur öffentlichen Meinungsbildung bei.

In D4 berichtet die Organisation über die öffentliche Transparenz der Produkte und Dienstleistungen gegenüber Kund*innen hinsichtlich der in D3 berichteten Umweltauswirkungen, der in D2 berichteten Solidarität und sozialen Gerechtigkeit und des in D1 berichteten Beitrags zur Menschenwürde.

Eine GWÖ-Organisation …

- fördert den direkten Kontakt zu Kund*innen und bezieht sie in die Produktentwicklung mit ein.
- nutzt den Dialog mit Kund*innen, um Produkte und Dienstleistungen nachhaltiger zu gestalten und ihre Produkte individueller auf die Bedürfnisse der Verbraucher*innen auszurichten.
- ermöglicht Kund*innen die Mitwirkung an der Produktgestaltung und -verbesserung durch umfassende Produkttransparenz und Rückverfolgbarkeit der Lieferkette.

Einstiegsfragen

- Welche Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte geben wir unseren Kund*innen?
- Wie beziehen wir Kund*innen in die Produktentwicklung und Marktforschung ein?
- Wie transparent ist die Angabe der Inhalts- und Gefahrenstoffe unserer Produkte?
- Wie kommunizieren wir unsere Preisstrategie?

D4.1 Kund*innenmitwirkung bei Produktentwicklung und Marktforschung

Mitwirkung gibt Kund*innen eine Stimme und erfordert eine ehrliche Kommunikation bis in die Führungsebene. Ein partizipativer Ansatz bei der Produkt- und Serviceentwicklung und der Marktforschung ermöglicht es Kund*innen, ihre Ideen und Wünsche einzubringen, und hilft so, bestehende Produkte zu verbessern, neue Produkte zu entwickeln oder deren Verbreitung unter den Kund*innen zu erleichtern. Marktforschung dient der Optimierung von Produkten entsprechend den Kundenbedürfnissen und erhöht die Fähigkeit der Kund*innen, Entscheidungen in ihrem eigenen Interesse zu treffen.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Werden Produkte und Dienstleistungen in Zusammenarbeit mit Kund*innen entwickelt?
- Welche konkreten Formen der Mitsprache und Mitentscheidung werden den Kund*innen angeboten und wie werden diese kommuniziert?
- (VB) Wie werden die Teilnahmepräferenzen bei der Mitwirkung ermittelt?
- Was ist das Ziel von Marktforschungsaktivitäten?

Verifizierungsindikatoren

- Ausgaben für Marktforschung im Berichtszeitraum.
- Anteil der Produkt- und Serviceinnovationen, die unter Beteiligung von Kund*innen entstanden sind.
- (VB) Anzahl der durch Kundenbeteiligung erfolgten Produkt- und Dienstleistungsinnovationen, die zu mehr sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit beitragen.

Bewertungsstufen



Vorbildlich

Ein Kundenbeirat oder ähnliche institutionalisierte Dialog- und Mitentscheidungsformen. Konstruktives Feedback ist Teil des Innovations- und Entwicklungsprozesses der Produkte und Dienstleistungen der Organisation. Die gemeinsame Entwicklung nachhaltiger Produkte ist üblich. Die Marktforschung untersucht auch Möglichkeiten, andere Stakeholder als Kund*innen in partizipative Produktentwicklungen einzubeziehen.

Erfahren

Die Organisation praktiziert eine offene und transparente Form der Kundenbeteiligung, die zu Innovationen und Gemeinwohl-orientierten Verbesserungen führt. Der Feedbackprozess und die Marktforschung zielen darauf ab, echte Kundenbedürfnisse zu identifizieren. Methoden zur Kundenmitwirkung sind etabliert.

Fortgeschritten

Kundenfeedback wird in Form von Pilotprojekten oder für bestimmte Produkte und/oder Dienstleistungen integriert, mit dem Ziel, die Mitbestimmung in der Organisation weiterzuentwickeln. Die Organisation dokumentiert und bewertet den Anteil von Innovationen und Verbesserungen, die auf Kundenmitwirkung zurückzuführen sind, und Neuentwicklungen berücksichtigen die echten Interessen der Kund*innen. Die Marktforschung konzentriert sich auf Kundenbedürfnisse und praktische Möglichkeiten der Beteiligung.

Erste Schritte

Konzepte zum systematischen Umgang mit Kundenfeedback sind vorhanden. Möglichkeiten zur Integration von Kundenfeedback bei der Produktentwicklung werden untersucht. Gelegentlich wird Kundenfeedback proaktiv eingeholt, um die Nützlichkeit bestimmter Produkte und/oder Dienstleistungen zu verbessern. Ein Teil des Marketingbudgets wird für Marktforschung reserviert, um die Kundenbeteiligung zu verbessern.

Basislinie

Die Organisation reagiert auf Kundenfeedback ohne aktive Kommunikation, entsprechend den gesetzlichen Vorgaben. Marktforschung zielt primär auf die Steigerung des Marktanteils ab.

Bewertungshilfen

Der Schwerpunkt liegt nicht auf dem Beschwerdemanagement. Vielmehr versteht die Organisation, dass Kund*innen die Experten im Umgang mit ihren Produkten und Dienstleistungen sind und daher eine wichtige Quelle für Wissen und Innovation darstellen. Kundenbeteiligung beinhaltet die Festlegung klar definierter Kommunikationsstrategien und zuständige Mitarbeitende, die Feedback, Vorschläge und Kritik von Kund*innen willkommen heißen. Praktische Beispiele sind passives und aktives Kundenbeziehungsmanagement und Marktforschung.

- Hotline-, E-Mail- oder Social-Media-Erreichbarkeit der Ansprechpartner*innen in der Organisation
- Dedizierte Kontaktperson(en) in der Organisation für Vorschläge und Innovationsideen von Kund*innen
- Standardisierte Prozesse für Feedback: Input-Screening, Kategorisierung, Übertragung an relevante Personen/Rollen, Mitteilung an Kund*innen zum weiteren Umgang mit deren Feedback
- Marktforschung zu Verbraucherpräferenzen und Akzeptanz verschiedener Beteiligungsformate (Umfragen, Fragebögen, Veranstaltungen, Einsatz von Marktforschungsinstituten)

Die Mitwirkung bei der Produktentwicklung berücksichtigt Ideen und Anregungen der Kund*innen. Nachhaltigkeitsorientierte Kundengruppen und Stakeholdergruppen können informiert und eingebunden werden, um bei der Entwicklung und Verbreitung nachhaltiger Produkte mitzuwirken.

Als vorbildlich gilt Marktforschung, wenn sie auch Möglichkeiten zur Verbesserung der Qualität von Produkten und Dienstleistungen aus ökologischer und sozialer Sicht untersucht, z. B. Langlebigkeit oder Wiederverwendbarkeit.

Für die **Kompaktbilanz** kann auf die Frage „Wie werden die Teilnahmepräferenzen bei der Mitwirkung ermittelt?“ und auf den Indikator „Anzahl der durch Kundenbeteiligung erfolgten Produkt- und Dienstleistungsinnovationen, die zu mehr sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit beitragen“ verzichtet werden. Auf die Frage „Welche konkreten Formen der Mitsprache und Mitentscheidung werden den Kund*innen angeboten und wie werden diese kommuniziert?“ sollte jedoch ausführlich eingegangen werden.

D4.2 Produkt- und Dienstleistungstransparenz

Transparenz bei Produkten und Dienstleistungen ermöglicht es Kund*innen, die Auswirkungen von Produkten und/oder Dienstleistungen auf Umwelt, Gesellschaft, Gesundheit von Mensch und Tier sowie die Nachhaltigkeit in der Wertschöpfungskette zu beurteilen.

Transparenz fördert faire Preise und ermöglicht Diskussionen mit Partner*innen in der Wertschöpfungskette, einschließlich der interessierten Öffentlichkeit. Organisationen verstehen ihre Kund*innen als Geschäftspartner*innen, die ein Recht darauf haben, zu wissen, wen sie mit ihrer Kaufentscheidung unterstützen.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Wie öffentlich und transparent sind Produktinformationen?
- Werden alle Informationen über die Inhaltstoffe, die ökologischen und gesundheitlichen Auswirkungen von Produkten und/oder Dienstleistungen bereitgestellt?
- (VB) Wird die gesamte Wertschöpfungskette bei Produkten transparent dargestellt und welche möglichen Risiken ergeben sich aus der Nutzung von Dienstleistungen?
- Welche Informationen werden zur Preisgestaltung entlang der Wertschöpfungskette bereitgestellt?
- Wie werden die sozio-ökologischen Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen von der Organisation kommuniziert?
- (VB) Wie werden externalisierte Auswirkungen und Kosten kommuniziert, z. B. CO_2-Emissionen pro Produkt?

Verifizierungsindikatoren

- Anteil der Produkte mit vollständig offengelegten Inhaltsstoffen (Prozentschätzung bezogen auf alle Produkte und Umsatzanteil der Produkte).
- Anteil der Dienstleistungen mit detaillierter Veröffentlichung der sozio-ökologischen Auswirkungen in der Wertschöpfungskette (Prozentschätzung bezogen auf alle Dienstleistungen und Umsatzanteile).
- Anteil der Produkte und Dienstleistungen, für die Preiskalkulationen aufgeschlüsselt und öffentlich zugänglich gemacht werden (Prozentschätzung bezogen auf Produkte bzw. Dienstleistungen).

Bewertungsstufen



Vorbildlich

Alle verfügbaren Informationen zu Produkten und Dienstleistungen zu sozial-ökologischen Auswirkungen werden als Teil der Transparenzpolitik vollständig offengelegt, auch externalisierte Umweltauswirkungen. Die Organisation fördert Transparenz gegenüber Geschäftspartner*innen und ihren Kund*innen, um fundierte Entscheidungen zu ermöglichen. Die Preisstrategie ist transparent und alle Preisbestandteile werden offengelegt, auch externalisierte Kosten.

Erfahren

Der Anteil der Produkte mit vollständig offengelegten Inhaltsstoffen und sozial-ökologischen Auswirkungen auch der Dienstleistungen beträgt entweder nach Volumen oder Umsatzwert bis zu 60 %. Für die meisten Produkte und Dienstleistungen gibt es eine Transparenzrichtlinie und es wird eine proaktive Informationspolitik über sozial-ökologische Auswirkungen umgesetzt.

Fortgeschritten

Der Anteil der Produkte mit vollständig offengelegten Inhaltsstoffen und sozial-ökologischen Auswirkungen auch von Dienstleistungen oder für die drei umsatzstärksten Produkte und Dienstleistungen beträgt bis zu 30 %. Dies kann in Form von Pilotprojekten oder für spezifische Produkte und/oder Dienstleistungen erfolgen. Für diese Produkte und/oder Dienstleistungen sind Preiskomponenten transparent und öffentlich zugänglich.

Erste Schritte

Die sozial-ökologischen Auswirkungen und die vollständige Offenlegung von Inhaltsstoffen wird für das umsatzstärkste Produkt/Dienstleistung öffentlich transparent gemacht. Ein Konzept zur Veröffentlichung von Preisbestandteilen wurde entwickelt.

Basislinie

Die Organisation erfüllt die gesetzlichen Deklarationspflichten. Die Organisation deklariert gefährliche Stoffe und schädliche Nebenwirkungen für Verbraucher*innen oder die Umwelt in Produkten und Dienstleistungen nach gesetzlichen Vorschriften.



Bewertungshilfen

In D4 berichtet die Organisation, wie transparent sie Informationen über ihre sozial-ökonomischen Auswirkungen und die Preisbildung mit den Kund*innen teilt. Die Auswirkungen selbst werden in D3 bewertet. Wenn die Organisation eine Lebenszyklusanalyse durchgeführt hat, stehen detaillierte Informationen zur Verfügung.

Für Produkte können relevante Informationen sein:

- die Inhaltsstoffe, Materialien, Komponenten, Energieintensität
- Informationen über die Herkunft der Materialien und die Umweltauswirkungen in den Ursprungsländern
- Informationen über die Prozessschritte und die damit verbundenen Auswirkungen (CO_2-Emissionen, Wasser-Fußabdruck, Giftstoffe in Prozessschritten etc.)
- Informationen über internationale Wertschöpfungsketten und Risiken für die Umwelt (Bergbau, Transport, Lagerung, Logistik, Vorbehandlung, Zwischenprodukte)

Für Dienstleistungen können relevante Informationen sein:

- gekaufte oder gemietete Produkte und Materialien, die zur Erbringung der Dienstleistung erforderlich sind
- Energieintensität der Dienstleistung und damit verbundene sozial-ökologische Auswirkungen
- digitale Ressourcen zur Erbringung der Dienstleistung (z. B. Serverkapazität, Stromverbrauch)
- direkte und indirekte Auswirkungen der Mobilität zur Erbringung der Dienstleistung
- direkte und indirekte Auswirkungen des Standortes der Leistungserbringung

Informationen können auf verschiedene Weise weitergegeben und offengelegt werden:

- dem Produkt beigefügte Service- und Produktinformationen (z. B. Handbücher, Informationen auf der Verpackung, Etiketten, Nutri-Score)
- Leistungs- und Produktinformationen der Organisation (z. B. Website, Online-Shop, Produktpräsentationsflyer)
- Dienstleistungs- und Produktinformationen als Anlage zu Kaufverträgen, Abonnements, Dauerkarten oder anderen rechtsgültigen Verträgen, die eine Kundenbeziehung mit der Organisation begründen
- Service- und Produktinformationen in zentralisierten Repositorien, Verzeichnissen und öffentlich zugänglichen Datenbanken
- als regelmäßige Kundeninformation, z. B. auf dem Postweg, wenn sich die sozio-ökologischen Auswirkungen des Produkts ändern
- Als Begleitung von Produkt-Updates, regelmäßigen Wartungen, gesetzlich vorgeschriebenen Prüfungen

Informationen zur Preisstrategie können auf verschiedene Weise offengelegt werden:

- Um Wettbewerbsnachteile zu vermeiden, ist die Offenlegung im B2B-Bereich nicht verpflichtend.
- Endverbraucher können zum Beispiel informiert werden:
  - mit der beiliegenden Rechnung
  - begleitend zum Kaufvertrag des Produkts oder der Dienstleistung
  - als Teil der Servicebedingungen
  - mit Angeboten zur Verlängerung oder Erneuerung von Abonnements, zur Neukundengewinnung

Externalisierte Kosten oder Auswirkungen werden nicht von der Organisation bezahlt, sondern fallen extern an und belasten die Gemeinschaft oder die Natur. Es kann schwierig sein, externalisierte Kosten abzuschätzen. Die Transparenzpolitik der Organisation sollte es den Kund*innen ermöglichen, zu verstehen, welche Auswirkungen die Produkte und Dienstleistungen haben, wie die Organisation mit diesen Auswirkungen umgeht (z. B. CO_2-Kompensation) und wie sich dies im Preis der Produkte und Dienstleistungen niederschlägt.

In der **Kompaktbilanz** können die Fragen „Wird die gesamte Wertschöpfungskette bei Produkten transparent dargestellt und welche möglichen Risiken ergeben sich aus der Nutzung von Dienstleistungen?“ und „Wie werden externalisierte Auswirkungen und Kosten kommuniziert, z. B. CO_2-Emissionen pro Produkt?“ entfallen. Die Frage

„Wie werden die sozio-ökologischen Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen von der Organisation kommuniziert?“ muss jedoch für die Bewertung detailliert analysiert werden.

D4.3 Negativaspekt: Nichtoffenlegung gefährlicher Stoffe

Produkte können Stoffe enthalten, die zu Schäden bei der Gesundheit der Verbraucher*innen oder der Umwelt führen. Es können auch bei bestimmungsgemäßer Verwendung schädliche Nebenwirkungen auftreten. Die schädlichen Auswirkungen von Stoffen hängen bei Mensch und Tier oft von der Dosis und/oder der Einwirkungszeit ab. Stoffe und Nebenwirkungen der Verwendung bergen Risiken, über die Verbraucher*innen informiert werden müssen.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Enthalten Produkte Schadstoffe für Mensch und Umwelt?
- Treten auch bei bestimmungsgemäßer Verwendung der Produkte und Dienstleistungen schädliche Nebenwirkungen auf?

Verifizierungsindikator

- Anteil der Produkte und Dienstleistungen, die Gefahrenstoffe enthalten und Gesundheitsrisiken darstellen, die nicht transparent öffentlich deklariert sind (Prozentschätzung bezogen auf alle Produkte bzw. Umsatzanteil der Produkte).

Bewertungsstufe

In folgenden Fällen können maximal 200 Punkte abgezogen werden:

- Bei bis zu 5 % der Produkte bzw. 5 % des Umsatzanteils (mindestens 50 Punkte, steigend je nach Gefährdungsgrad) werden gefährliche Stoffe nicht hinreichend deklariert.
- Die Organisation informiert Verbraucher*innen nicht über mögliche schädliche Nebenwirkungen von Produkten oder Dienstleistungen (mindestens 50 Punkte, steigend je nach Grad des Risikos).

Bewertungshilfen

Gefahrenpiktogramme und Sicherheitskennzeichnungen für Gefahrstoffe sind gesetzlich vorgeschrieben für bestimmte Stoffe. Informationen zu Höchstdosen und Expositionszeiten sollten von der Organisation ebenfalls transparent kommuniziert werden. Die gesundheitlichen Folgen von unsachgemäßer Verwendung, Transport, Lagerung oder Entsorgung sollten in den Informationen deutlich erkennbar enthalten sein. Bei Dienstleistern, z. B. Reinigungsdiensten, oder der chemischen Behandlung von Stoffen sollten die Inhaltsstoffe der verwendeten Chemikalien und ihre Umweltauswirkungen den Kund*innen offengelegt werden.

Dieser Aspekt muss in der **Kompaktbilanz** vollständig berichtet werden.

E1 Sinn von Produkten und Dienstleistungen und Auswirkungen auf Gesellschaft, Natur und Lebewesen

Der Sinn und Zweck einer Gemeinwohl-Organisation besteht darin, Produkte und Dienstleistungen herzustellen und anzubieten, die einen Beitrag zum Gemeinwohl leisten. Produkte und Dienstleistungen sollten eine gesunde, suffiziente und zufriedenstellende Lebensweise fördern, wirklich gebraucht werden und ökologisch und sozial nachhaltig hergestellt werden. Darüber hinaus leisten Gemeinwohl-Organisationen einen Beitrag zu Lösungen für die größten Herausforderungen der Menschheit, z. B. Armutsbekämpfung, hochwertige Ernährung für alle, Klimawandelanpassung, Ressourcenschonung, Bildung und Gesundheit für alle Menschen und die Bekämpfung sozialer Ungleichheit.

Im Einleitungskapitel „Der Sinn einer Organisation" berichtet die Organisation über den Sinn ihrer Existenz und die angestrebte Bedeutung ihrer (Geschäfts-)Tätigkeit. Dieser Sinn findet sich in allen Matrixthemen auf unterschiedlichen Ebenen wieder, der internen Prozessebene, der Beziehungsebene zu allen Berührungsgruppen und der Produktebene bzw. in Dienstleistungen.

In E1 liegt der Schwerpunkt auf den Produkten und Dienstleistungen. In E1.1 berichtet die Organisation, wie sie auf „glokale" (globale und lokale) Herausforderungen durch Produkte und Dienstleistungen antwortet, die menschliche Bedürfnisse befriedigen. In E1.2 werden die Kerntätigkeiten auf messbare und nachvollziehbare Weise in Verbindung gebracht mit den gewünschten positiven Veränderungen.

Eine GWÖ-Organisation …

- bietet Produkte und Dienstleistungen an, die zu einem guten Leben für alle beitragen und die Grundbedürfnisse möglichst vieler Menschen befriedigen, auch benachteiligter sozio-ökonomischer Gruppen.
- fördert mit ihren Produkten und Dienstleistungen die Gesundheit und persönliche Entwicklung der Menschen und der Gemeinschaft.
- verzichtet auf Produkte und Dienstleistungen mit sozialen, ökologischen oder gesundheitlichen Risiken.

Einstiegsfragen

- Was verstehen wir unter Gemeinwohl?
- Wie befriedigen unsere Produkte und Dienstleistungen Grundbedürfnisse, sorgen für die persönliche Entwicklung des Einzelnen, stärken Gemeinschaften oder tragen zur Regeneration unseres Planeten bei?
- Welche gesellschaftlichen Auswirkungen haben die Herstellung und Nutzung unserer Produkte und Dienstleistungen?

E1.1 Grundbedürfnisbefriedigung und der Beitrag zu einem guten Leben

Viele Produkte und Dienstleistungen sind kurzlebige Luxusartikel, die Kund*innen keine echte Bedürfnisbefriedigung ermöglichen. Übermäßiger Konsum belastet die Ressourcen unseres Planeten und ist schädlich für die körperliche und psychische Gesundheit des Menschen. Die angebotenen Produkte und Dienstleistungen sollten die menschlichen Bedürfnisse effizient erfüllen und zu bewussten Konsumentscheidungen beitragen. Produkte und Dienstleistungen, die sich auf die soziale Unterscheidung von Gruppen konzentrieren oder wirtschaftliche Unterschiede hervorheben, sind schädlich für den sozialen Zusammenhalt. Business-to-Business-Organisationen (B2B) berichten über ihr ethisches Verhalten entlang der Wertschöpfungskette, insbesondere im Hinblick auf die Sektoren und die gesellschaftlichen Auswirkungen, die sie durch ihre Tätigkeit indirekt fördern.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Welche grundlegenden menschlichen Bedürfnisse (siehe Bewertungshilfen) werden durch die Produkte und Dienstleistungen erfüllt?
- Welche Produkte und Dienstleistungen sind Luxusartikel, die lediglich der Statussteigerung dienen und durch weniger teure, ressourcenschonende Produkte des einfachen und guten Lebens ersetzt werden können?
- Wie fördern Produkte und Dienstleistungen das persönliche Wachstum und die Gesundheit?
- Welche sozialen oder ökologischen Probleme (regional oder global) werden mit den Produkten und Dienstleistungen gelöst oder gemindert?
- Für B2B: Zu welchen Endprodukten, Dienstleistungen oder Sektoren tragen die Produkte und Dienstleistungen bei?

Verifizierungsindikatoren

Nutzen der Produkte und Dienstleistungen, ausgedrückt als Prozentsatz des Gesamtumsatzes:

- …% erfüllen
  - Grundbedürfnisse
  - Statussymbole und/oder Luxusartikel
- …% dienen der Entwicklung von
  - Menschen
  - der Erde bzw. der Biosphäre
  - Gemeinschaften und sozialem Zusammenhalt
- … % lösen soziale und ökologische Probleme im Einklang mit den UN-Zielen für nachhaltige Entwicklung (SDGs)
- … % der Produkte und Dienstleistungen haben
  - Mehrfach- oder Einfachnutzen
  - hemmenden oder Pseudonutzen
  - Negativnutzen
- … % des Gesamtumsatzes mit Produkten und Dienstleistungen,
  - die zu Endprodukten und -dienstleistungen von Geschäftskund*innen (B2B) beitragen, die unethisch, umweltschädlich oder gesundheitlich bedenklich sind

Bewertungsstufen



Vorbildlich

Bis zu 100 % der Produkte und Dienstleistungen erfüllen Grundbedürfnisse für ein gesundes und gutes Leben auf umweltfreundliche Weise. Die Mehrheit der Produkte und Dienstleistungen trägt zur Lösung sozialer und/oder ökologischer Probleme im Einklang mit den UN-Zielen für nachhaltige Entwicklung bei. Innovative, visionäre Ansätze für die größten Herausforderungen der Menschheit werden angesprochen und proaktiv angegangen. B2B: Organisationen werden bei positivem Nutzen in ihren Produkten und Dienstleistungen als Kund*innen aktiv unterstützt und priorisiert. Keine der verkauften Produkte oder Dienstleistungen tragen zu unethischen Endprodukten und Dienstleistungen bei.

Erfahren

Bis zu 80 % der Produkte und Dienstleistungen erfüllen Grundbedürfnisse für ein gesundes und gutes Leben auf umweltfreundliche Weise. Es gibt Belege dafür, dass die persönliche Entwicklung, der soziale Zusammenhalt und die ökologische Regeneration im Sinne der SDGs gefördert werden. B2B: Organisationen werden ermutigt und unterstützt, diese Anforderungen ebenfalls zu erfüllen. Maximal 5 % der verkauften Produkte oder Dienstleistungen tragen zu unethischen Endprodukten und Dienstleistungen bei.

Fortgeschritten

Bis zu 50 % der Produkte und Dienstleistungen erfüllen Grundbedürfnisse für ein gesundes und gutes Leben auf umweltfreundliche Weise. Eine gesunde Entwicklung des Menschen im Einklang mit den SDGs wird aktiv gefördert, beispielsweise in Kampagnen oder Pilotprojekten. Weniger als 5 % der Produkte oder Dienstleistungen erfüllen einen Pseudo-, Negativ- oder hemmenden Nutzen. B2B: Es gibt einen klaren Plan für die schrittweise Einstellung des Verkaufs an Organisationen, die Teil einer unethischen Lieferkette sind. Die Reduzierung dieser Art von Verkäufen ist bereits im Gange.

Erste Schritte

Produkte und Dienstleistungen werden auf Pseudo-, Negativ- oder hemmenden Nutzen hin untersucht und weniger als 10 % der Produkte oder Dienstleistungen haben einen solchen Nutzen. Es werden Pläne zur Steigerung des Nutzens von Produkten und Dienstleistungen entwickelt. B2B: Für B2B-Produkte und Dienstleistungen wurde die ethische Bewertung der Endprodukte und Dienstleistungen, zu denen die Gemeinwohl-Organisation beiträgt, nachvollziehbar durchgeführt.

Basislinie

Produkte oder Dienstleistungen dienen nicht der Befriedigung von Grundbedürfnissen oder bieten überwiegend Pseudo-, Negativ- oder hemmenden Nutzen. Produkte und Dienstleistungen sind nicht explizit ökologisch nachhaltig und fördern nicht den sozialen Zusammenhalt. Umwelt- und sozialrechtliche Vorschriften für die Produkte und Dienstleistungen werden nicht verletzt und Einzelpersonen oder Gruppen werden nicht gezielt benachteiligt. B2B: Es gibt keine Informationen, Reflexionen oder ethische Bewertungen des eigenen Beitrags durch eigene B2B-Produkte und Dienstleistungen.

Bewertungshilfen

Produkte und Dienstleistungen, die Grundbedürfnisse befriedigen und zu einem einfachen und guten Leben beitragen, werden anhand der untenstehenden Kriterien bewertet. Bedürfnisse sind individuell, aber allgemein können grundlegende menschliche Bedürfnisse in Anlehnung an M. Max-Neef und M. Rosenberg betrachtet werden.

1. Lebenserhaltung/Gesundheit/Wohlbefinden
2. Schutz/Sicherheit
3. Zuneigung/Liebe
4. Verständnis/Einfühlung
5. Teilnehmen/Geborgenheit
6. Erholung/Muße
7. Kreatives Schaffen
8. Identität/Sinn
9. Freiheit/Autonomie

Auch die Art des Nutzens für Kund*innen sollte bewertet werden. Produkte und Dienstleistungen mit Mehrfachnutzen werden am höchsten bewertet, gefolgt von Einfachnutzen, hemmendem Nutzen und Pseudonutzen. Negativnutzen werden im Negativaspekt E1.3 behandelt.

- Mehrfachnutzen: Produkte oder Dienstleistungen erfüllen mehrere menschliche Bedürfnisse gleichzeitig.
- Einfachnutzen: Produkte oder Dienstleistungen haben einen einzigen Nutzen. Beispielsweise kann eine Sportveranstaltung nur den Nutzen haben, eine Freizeitbeschäftigung zu sein.
- Hemmender Nutzen: Produkte oder Dienstleistungen bieten einen Nutzen auf Kosten eines anderen Bedürfnisses. Fernsehsendungen befriedigen beispielsweise das Bedürfnis nach Erholung, können aber Kreativität und eigenes Schaffen hemmen.
- Pseudonutzen: Produkte oder Dienstleistungen gehen nicht wirklich auf ein Bedürfnis ein, sondern lindern lediglich Symptome oder bieten einen Ersatz. Wenn nur Symptome gelindert werden, ohne dass das Produkt oder die Dienstleistung einen echten Beitrag zur Befriedigung des menschlichen Bedürfnisses leistet, entsteht ein Pseudonutzen, der nicht zufriedenstellend und nicht nachhaltig ist.
- Negativnutzen: Wird die Befriedigung grundlegender Bedürfnisse individuell und kollektiv erschwert durch Produkte oder Dienstleistungen, liegt ein Negativnutzen vor. Beispiele hierfür sind Atomkraftwerke, Waffen, Spielautomaten etc.

Soziale Herausforderungen: siehe UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung in den Hintergrundinformationen.

Business-to-Business (B2B): Organisationen, die Produkte und Dienstleistungen an andere Organisationen als ihre Kund*innen verkaufen oder bereitstellen. Die Frage, die sich die Organisation stellen sollte, lautet: „Stellt diese Organisation durch die Unterstützung meiner Produkte oder Dienstleistungen unethische Produkte oder Dienstleistungen her?“

- Unethische Lieferketten oder Produkte und Dienstleistungen von Kundenorganisationen sind diejenigen, die in den Bewertungshilfen E1.3 aufgeführt sind.
- Für B2B wird in E1.1 der Beitrag zur nachgelagerten Lieferkette berücksichtigt, während Überlegungen zur vorgelagerten Lieferkette (Lieferant*innen) bei den Themen der Reihe A berücksichtigt werden.

Dieser Aspekt muss in der **Kompaktbilanz** vollständig berichtet werden.

E1.2 Gesellschaftliche Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen

Gemeinwohl-Organisationen leisten einen Beitrag zu Lösungen für die größten Herausforderungen der Menschheit, z. B. Armutsbekämpfung, hochwertige Ernährung für alle, Klimawandelanpassung, Ressourcenschonung, Bildung und Gesundheit für alle Menschen und die Bekämpfung sozialer Ungleichheit.

In diesem Zusammenhang sind Organisationen gefordert, über die materiellen und immateriellen sozialen und gesellschaftlichen Auswirkungen im Zusammenhang mit ihren Produkten, Dienstleistungen und Kernaktivitäten nachzudenken und darüber zu berichten.

Die Definition konkreter Kennzahlen für Aktivitäten soll die Wirksamkeit des Beitrags zu den gewünschten positiven Veränderungen auf gesellschaftlicher Ebene messbar machen. Der tiefere Sinn der Organisationen, der gelebt wird in ihren Tätigkeiten, Produkten und Dienstleistungen, wird so übersetzt in konkretes, messbares Handeln und Verhalten.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- (VB) Wie tragen Produkte und Dienstleistungen dazu bei, die Gemeinschaft im Privat- und Berufsleben zu stärken?
- (VB) Welche gesellschaftlichen Gruppen werden durch Aktivitäten erreicht, die außerhalb der Organisation stattfinden? Durch welche Maßnahmen?
- Was bewirken die Maßnahmen konkret? Zum Beispiel einen Wissenszuwachs, Einstellungs- oder Verhaltensänderungen oder Veränderungen des Lebensstils?
- (VB) Wie kann die Wirksamkeit der Organisation, zu Veränderungen beizutragen, gemessen werden? Bei welchen gesellschaftlichen Gruppen?

Verifizierungsindikatoren

- Art und Anzahl der pro Jahr durchgeführten Aktivitäten und Maßnahmen
- Anzahl der erreichten Personen
- Selbst festgelegte Ergebnis- bzw. Wirkungskennzahlen

Bewertungsstufen



Vorbildlich

Die Organisation sieht sich als relevanter Impulsgeber, der Lösungen für die größten Herausforderungen der Menschheit bietet. Es wurden kreative neue Ansätze zur Förderung von Verhaltensänderungen verfolgt. Das Verbraucherverhalten (auch das von Nicht-Kund*innen) wird durch die Aktivitäten der Organisation verändert und die im Laufe der Zeit gesammelten und überwachten Kennzahlen belegen dies. Die Organisation ist in ihrer Branche als Expertin für nachhaltige Lösungen und aktives gesellschaftliches Engagement bekannt.

Erfahren

Pilotprojekte wurden evaluiert und erweitert oder angepasst, um Erfahrungen der Vergangenheit zu nutzen. Erste Änderungen in Wissen, Einstellungen und Verhalten der Menschen (auch von Nicht-Kund*innen) sind sichtbar. Kennwerte für die gesellschaftliche Wirkung werden weiterhin regelmäßig erhoben und überwacht.

Fortgeschritten

Erste Maßnahmen und Aktionen werden umgesetzt, z. B. in Form von Pilotprojekten. Kennwerte zur Messung der gesellschaftlichen Auswirkungen von Produkten, Dienstleistungen und Tätigkeiten werden entwickelt und Basisdaten zur aktuellen gesellschaftlichen Lage und Wirkungen der Organisation werden regelmäßig erhoben.

Erste Schritte

Die Organisation ist sich der positiven oder negativen Auswirkungen ihrer Tätigkeiten, Produkte und Dienstleistungen auf die Gesellschaft bewusst und plant die nächsten Schritte, um ihren Beitrag zu verbessern und zu gestalten. Die Organisation analysiert und beobachtet die Auswirkungen ihrer Produkte und Dienstleistungen.

Basislinie

Die Organisation interessiert sich weder für die positiven noch für die negativen Auswirkungen ihrer Tätigkeiten, Produkte und Dienstleistungen auf die Gesellschaft. Relevante gesetzliche Regelungen werden eingehalten.

Bewertungshilfen

Die sozialen Auswirkungen von Produkten, Dienstleistungen und Tätigkeiten umfassen sowohl Kund*innen als auch andere Menschen, die erreicht werden, aber nicht direkt mit der Organisation in Verbindung stehen, wie etwa Anwohnende, Menschen in der Region oder nationale und internationale NGOs, Interessensverbände etc.

Die gesellschaftlichen Auswirkungen der Tätigkeiten, Produkte und Dienstleistungen können beispielsweise folgende Ziele und Formen haben:

- eine Änderung der Einstellung oder des Verhaltens einer bestimmten Zielgruppe (z. B. reparieren statt Neukauf, recyceln statt wegwerfen, Kauf direkt beim Bauern statt im Supermarkt usw.).
- erweitertes und vertieftes Wissen verbreiten zu spezifischen Themen, um gute und fundierte Entscheidungen zu treffen.

- eine Verbesserung des Lebens der Kund*innen und/oder ihrer sozialen Bezüge. Beispielsweise könnte dank eines von der Organisation angebotenen Produkts/ Dienstes die Autonomie einer Person mit Behinderung erhöht werden, der Pflegende wird indirekt entlastet und die sozialen Bezüge beider ändern sich.

Zu den Maßnahmen und Aktionen zur Verbesserung der gesellschaftlichen Wirkung der Organisation durch ihre Tätigkeiten könnten gehören:

- besser über Kerngeschäftsthemen und deren Auswirkungen zu informieren, z. B. durch Konferenzen, Webinare, Workshops, die Zusammenarbeit mit Initiativen der Zivilgesellschaft etc.
- eine Neugestaltung einiger Produkte, Dienstleistungen oder des Geschäftsmodells, z. B. innovative Verpackungen, Umgestaltung der Produkte für eine gemeinschaftliche Nutzung etc.

Es gibt Leistungs-, Ergebnis-, Wirkungskennzahlen (Output-, Outcome- und Impact-Kennzahlen):

- Leistungs-Kennzahlen können zeigen, dass eine Aktivität durchgeführt wurde, eine Leistung stattgefunden hat, z. B. nahmen 10 Personen an einem Workshop über die Vorteile des ökologischen Landbaus teil.
- Ergebnis-Kennzahlen zeigen, dass Veränderungen stattgefunden haben, z. B. haben 10 Personen Bio-Lebensmittel statt konventioneller Lebensmittel gekauft.
- Wirkungs-Kennzahlen zeigen, dass aufgrund der von der Organisation ergriffenen Maßnahmen eine allgemeinere längerfristige Veränderung eingetreten ist, z. B. haben 10 Personen wegen der Teilnahme an einem Workshop begonnen, regelmäßig bevorzugt Bio-Lebensmittel zu kaufen. Wirkungs-Kennzahlen stellen die Ursächlichkeit der Tätigkeiten der Organisation für Veränderungen dar und betreffen grundlegendere Verhaltensänderungen, die über die unmittelbare Reaktion auf eine Tätigkeit der Organisation hinausgehen.

Manchmal ist die Wirkung schwer zu messen, da Veränderungen selten monokausal sind. Es lässt sich jedoch oft nachweisen, dass auch die Organisation zur Veränderung beigetragen hat, z. B. geben 5 Personen in einer Umfrage an, dass der Workshop zum Thema Bio-Landwirtschaft sie dazu gebracht hat, Bio-Produkte auszuprobieren. Sowohl Ergebnis- als auch Wirkungskennzahlen können nachweisen, dass eine Veränderung eingetreten ist, während Leistungs-Kennzahlen oft nicht ausreichen, um Tätigkeiten der Organisation und deren Beitrag zu veränderten Verhaltensweisen zu messen.

Für die **Kompaktbilanz** können die Fragen, die mit (VB) gekennzeichnet sind, entfallen. Die Berichterstattung zur Frage „Was bewirken die Maßnahmen konkret? Zum Beispiel einen Wissenszuwachs, Einstellungs- oder Verhaltensänderungen oder Veränderungen des Lebensstils?“ sollte jedoch auf jeden Verifizierungsindikator detailliert eingehen.

E1.3 Negativaspekt: unethische und menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Produkte und Dienstleistungen sind unethisch oder menschenunwürdig, wenn sie sich negativ auswirken auf

- das Leben
- die Gesundheit von Lebewesen, sowohl physisch als auch psychisch
- die Freiheit der Menschen, das Zusammenleben, die globale Gemeinschaft
- die Natur

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Welche direkten und indirekten negativen Auswirkungen haben unsere Produkte und Dienstleistungen auf das Leben und die Gesundheit von Lebewesen und die Natur?
- Welchen Einfluss haben unsere Produkte und Dienstleistungen auf die Freiheit der Menschen, das Zusammenleben und die globale Gemeinschaft?

Verifizierungsindikatoren

- Verkaufszahlen für die unten aufgeführten unethischen Produkte und Dienstleistungen.
- B2B: Anteil der Kund*innen, die solche Produkte herstellen oder verkaufen.

Bewertungsstufe

Entsprechende negative Bewertung der Verkaufszahlen für unethische Produkte und Dienstleistungen und/oder des Anteils der Kund*innen, die solche Produkte herstellen oder verkaufen:

- bis zu 2 % entsprechen 100 Minuspunkten
- bis zu 5 % entsprechen 150 Minuspunkten
- über 5 % entsprechen 200 Minuspunkten

Bewertungshilfen

Die folgenden Produkte und Dienstleistungen sind Beispiele für unethische oder menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen:

- Produkte und Dienstleistungen für das Militär, insbesondere Massenvernichtungswaffen und völkerrechtlich verbotene Waffen wie CBRN-Waffen (chemische, biologische, radiologische und nukleare Waffen), Streumunition und Antipersonenminen
  - Ausnahme: Waffen mit 90 % oder mehr Einsatz durch offizielle Sicherheitskräfte (z. B. Polizei) oder für die lizenzierte Jagd
- der Bau und Betrieb von Kernkraftwerken, nuklearen Wiederaufbereitungsanlagen oder Atommüllentsorgungsanlagen, die Verbrennung radioaktiver Stoffe und der Uranbergbau
  - Ausnahme: Rückbau stillgelegter Kernkraftwerke, Produkte für die sichere Behandlung, das Recycling, die Wiederverwendung oder risikomindernde Technologien für Atommüll
- Herstellung und Verwendung gentechnisch veränderter Pflanzen und Saatgut, Freisetzung gentechnisch veränderter Organismen (Tiere und Pflanzen)

- Herstellung von Chlor, Organochlorverbindungen oder mit Chlor hergestellte Produkte, insbesondere in der Kunststoffindustrie
- Herstellung und Vertrieb ozonschädigender Chemikalien
- Herstellung von Agrochemikalien (Pestiziden, Fungiziden, Herbiziden)
- Herstellung von Alkohol, Drogen, Tabak und Tabakprodukten
    - Ausnahmen: Wein, Bier und alkoholische Getränke mit begleitender Suchtprävention sowie Arzneimittel für medizinische Zwecke
- die Produktion und Verbreitung pornografischer Produkte und gewalttätiger Inhalte
- Produkte, die an Tieren getestet wurden
    - Ausnahme: gesetzliche Anforderungen (z. B. Arzneimittel, Kosmetika oder Reinigungsmittel)
- Glücksspiel: Wetten und Herstellung oder Vertrieb von Glücksspielgeräten
- Forschung an entwickelten menschlichen Erbzellen (Embryonalstadium)
- Rohstoffproduktion mit langfristigen oder schädlichen Umweltauswirkungen, z. B. Schiefergas- und Ölsandgewinnung
- Errichtung oder Betrieb von Anlagen, die Giftstoffe oder elektromagnetische Strahlung (Elektrosmog) abgeben, z. B. Mobilfunkmasten auf Wohngebäuden mit einer Magnetfeldstärke größer als 0,4 Mikrotesla
- Konventionelle Produktion von und Handel mit tierischen Produkten
    - Ausnahmen: tierische Produkte aus artgerechter Haltung mindestens nach EU-Bio-Standard

Die folgenden Verhaltensweisen sind Beispiele für unethische oder menschenunwürdige Verhaltensweisen:

- Versäumnis, Menschenrechtsverletzungen aufzuarbeiten
- Einsatz von Kinderarbeit
- Tierleid und Tiermissbrauch (z. B. Transporte von lebenden Tieren, medizinische Experimente, für die „in silico“ technologische Alternativen zur Verfügung stehen)
- Lufttransport von Passagieren oder Fracht, der mehr als 10 % des Umsatzes ausmacht
- Medienangebot und -konsum, bei denen mehr als 75 % der Inhalte entweder nicht lehrreich, kulturell unsensibel oder gewalttätig sind

Dieser Aspekt muss in der **Kompaktbilanz** vollständig berichtet werden.

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

Jede Organisation agiert in einem gesellschaftlichen Umfeld und innerhalb einer sozialen Gemeinschaft. Die Gesellschaft und ihre Institutionen (sowohl staatliche als auch nichtstaatliche) stellen wichtige Grundlagen für unternehmerische und nichtgewinnorientierte Aktivitäten. Im Gegenzug erwartet die Gesellschaft von jedem, dass er einen angemessenen Beitrag zur Erhaltung und Entwicklung dieser Strukturen leistet. Neben Steuern und gesetzlichen Beiträgen gibt es eine Vielzahl materieller oder immaterieller Leistungen, die Organisationen erbringen können und damit das Gemeinwesen und seine Strukturen entweder fördern oder schädigen können.

Eine GWÖ-Organisation …

- leistet über Steuern und Sozialabgaben einen fairen und angemessenen Beitrag zum Gemeinwesen entsprechend der Wertschöpfung in der Region.
- nutzt die staatlichen Fördermittel nur in dem Maß, wie es der Entwicklung der Organisation dient, und sorgt so auch dafür, dass der Wohlstand der Region mittelfristig steigt.
- nutzt seine Fähigkeiten und Ressourcen zur Stärkung zivilgesellschaftlicher Initiativen innerhalb des Gemeinwesens, ohne dabei eigene Interessen zu verfolgen.
- nutzt Kontakte zu Entscheidungsträger*innen in Verwaltung und Politik, um das Gemeinwohl zu fördern, und nicht für eigene Interessen. Sie veröffentlicht diese Kontakte und Finanzflüsse auch öffentlich.
- ergreift Maßnahmen, um Korruption und Steuervermeidung sowohl intern als auch bei direkten Geschäftspartner*innen zu verhindern.

Einstiegsfragen

- Wie erreichen wir ein gerechtes Gleichgewicht zwischen dem, was wir für die Gesellschaft und ihre Institutionen tun, und dem, was wir dadurch gewinnen?
- Welche Form des gesellschaftlichen Engagements betreiben wir? Was ist das Ziel dieser Tätigkeiten?
- Inwieweit sind diese Aktivitäten von Eigeninteresse motiviert? Bringt uns dieses Engagement zusätzliche Vorteile?
- Welche Wirkungen haben unsere Aktivitäten? Welche gesellschaftlichen Effekte erzielen wir (individuell und strukturell)?
- Wie stellen wir sicher, dass wir durch unser Handeln Steuervermeidung und Korruption verhindern oder zumindest nicht fördern?

E2.1 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

Viele Organisationen leisten freiwillige Beiträge, die über ihre gesetzlichen Pflichten hinausgehen – etwa, indem sie finanzielle oder materielle Ressourcen spenden oder indem sie ihre Position und Kontakte nutzen, um Initiativen der Zivilgesellschaft zu unterstützen und der Gesellschaft als Ganzes zu nutzen („positives Lobbying“).

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Wie viel Geld, Ressourcen und Arbeitsleistung investiert die Organisation in freiwilliges gesellschaftliches Engagement? (Auflistung aller Aktivitäten und ihres Geldwerts)
- Was ist der Eigennutzen der Organisation aus diesen Aktivitäten im Vergleich zu dem Nutzen, den sie der Gesellschaft als Ganzes bringen?
- (VB) Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten?
- (VB) Wie etabliert sind diese Aktivitäten in der Organisation? Welche Erfahrungen hat die Organisation bereits gesammelt? Wie stabil ist das Engagement?
- Was ist die Gesamtstrategie oder Vision im Hinblick auf ehrenamtliches Engagement?
- Wie hoch sind die freiwilligen Ausgaben der Organisation (freiwillige Leistungen) für die Allgemeinheit und welchen Anteil haben diese im Vergleich zu den nationalen gesetzlichen Abgaben (Steuern, Sozialbeiträgen etc.)?

Verifizierungsindikatoren

- Freiwillige Leistungen an die Gemeinschaft abzüglich des Nutzens, den diese Leistungen der Organisation bringen (als Prozentsatz des Umsatzes bzw. der Gesamtjahresarbeitszeit und im Verhältnis zu dem Prozentsatz der nationalen gesetzlichen Abgaben).
- Summe der gezahlten Steuern laut Steuererklärung oder Steuervorausschätzung (EUR pro Jahr).
- Summe der Sozialversicherungsbeiträge (EUR pro Jahr).

Bewertungsstufen



Vorbildlich
Freiwillige Leistungen in unterschiedlichen gesellschaftlichen Kontexten werden erbracht und in vielen Bereichen sind nachhaltige positive Wirkungen nachgewiesen. Es gibt ein etabliertes Wirkungsmanagement, das seit vielen Jahren besteht, und der geldwerte Beitrag liegt bei über fünf Prozent der nationalen gesetzlichen Abgaben.

Erfahren
Die Organisation ist seit vielen Jahren in zahlreichen Bereichen freiwillig tätig. Die Wirkung ist nachweisbar und der geldwerte Beitrag liegt bei über zwei Prozent der gesetzlichen Steuern und Abgaben des Landes.

Fortgeschritten
Es werden umfangreich freiwillige Leistungen erbracht, sofern diese einen hohen eigenen Nutzen für die Organisation haben. Wirkungsanalysen dieser Aktivitäten sind verfügbar und der geldwerte Beitrag liegt bei bis zu zwei Prozent der gesetzlichen Steuern und Abgaben des Landes.

Erste Schritte
Die Organisation ist sich ihres Beitrages zum Gemeinwesen durch gesetzliche Steuern und Abgaben bewusst, eine Einschätzung über das Verhältnis zur gesellschaftlichen Wirkung fehlt jedoch. Individuelle freiwillige Leistungen werden erbracht, ohne jedoch deren Wirkung zu evaluieren.

Basislinie
Über die gesetzlichen Steuern und Abgaben hinaus werden keine freiwilligen Leistungen für das Gemeinwesen erbracht.

Bewertungshilfen

Zur Berechnung des Indikators „nationale gesetzliche Abgaben“ wird die Summe der verpflichtenden Sozialversicherungsbeiträge und der gesamten im Berichtszeitraum pro Jahr gezahlten Steuern zugrunde gelegt (in EUR).
Der freiwillige Beitrag im Berichtszeitraum pro Jahr sollte dann ein Prozentsatz dieses Betrags sein. Je höher die freiwilligen geldwerten Leistungen im Verhältnis zu den verpflichtenden Zahlungen sind, desto höher ist die Bewertungsstufe. Der Geldwert der nationalen gesetzlichen Abgaben wird in der jährlichen Steuererklärung der Organisation angegeben, z. B. in den jüngsten Steuererklärungen oder Steuererwartungen der Organisation.

Sozialversicherungsbeiträge sind laut OECD-Definition verpflichtende Zahlungen an den Staat, die Anspruch auf (voraussichtliche) zukünftige Sozialleistungen begründen. Dazu gehören: Leistungen und Zuschläge zur Arbeitslosenversicherung, Leistungen bei Unfällen, Verletzungen und Krankheit, Alters-, Invaliditäts- und Hinterbliebenenrenten, Familienbeihilfen, Erstattungen für Arzt- und Krankenhauskosten oder die Bereitstellung von Krankenhaus- oder medizinischen Leistungen. Beiträge können sowohl zulasten von Arbeitnehmenden als auch zulasten von Arbeitgebenden erhoben werden. Solche Zahlungen sind in der Regel zweckgebunden, um Sozialleistungen zu finanzieren, und werden oft an die staatlichen Institutionen gezahlt, die solche Leistungen erbringen.

Die gezahlten Steuern sind im Land der Organisation verpflichtende Zahlungen, z. B. Körperschaft- und Kapitalertragsteuern, Steuern auf Konsum, Gewinne, Sondersteuern.

Je mehr eine Organisation ihre Kompetenzen und Ressourcen (Räume, Arbeit, Kapital und Wissen) für freiwillige Leistungen einsetzt und je weniger Eigennutzen sie daraus zieht, desto höher werden freiwillige Beiträge bewertet.

Neben den freiwilligen Leistungen sollte auch die soziale Wirkung (der „gesellschaftliche Fußabdruck“) dieser Maßnahmen berücksichtigt werden. Dieser spiegelt sich in tatsächlichen Veränderungen bei bestimmten Zielgruppen oder der Gesellschaft als Ganzes wider, z. B. durch größeres Wissen innerhalb der Zielgruppe. Aber auch in dauerhaften strukturellen Veränderungen innerhalb der Gemeinschaft als Ganzes, z. B. Stärkung sozialer Institutionen, Schaffung von Gemeingütern oder Stärkung des gesellschaftlichen Vertrauens.

Freiwillige Leistungen sind als geldwerte Maßnahmen quantifizierbar. Bei Sachleistungen ist der Sachwert, bei Arbeitsleistung der Stundensatz anzusetzen, den die Beschäftigten in der Arbeitszeit erhalten würden während der Erbringung der freiwilligen Leistung. Eine Auflistung aller Aktivitäten und deren monetärer Wert sollte dokumentiert werden. Die Bewertung richtet sich nach der Gesamtleistung der Organisation.

Gemeinnütziges Engagement kann in manchen Organisationsformen, insbesondere im Non-Profit-Bereich, eingeschränkt sein, was bei der Bewertung berücksichtigt werden sollte.

Spezifische Einzelmaßnahmen sind weniger wirksam als langfristiges Engagement. Die Übernahme von Verantwortung für bestimmte Aktivitäten wird höher bewertet. Auch die Vielfalt der Maßnahmen (Breite) und ihre Eignung, die Ursachen von Problemen zu bekämpfen (Tiefe), sind relevant.

Für die **Kompaktberichterstattung** können die Fragen „Welche nachhaltigen Veränderungen bewirkt die gemeinnützige Arbeit der Organisation oder lindert sie vor allem Symptome?" und „Wie etabliert sind diese Aktivitäten? Welche Erfahrungen hat die Organisation bereits damit? Wie stark ist ihr Engagement?" entfallen. Die Frage „Was ist die Gesamtstrategie oder Vision der Organisation in Bezug auf die gemeinnützige Arbeit?" sollte jedoch für die Kompaktberichterstattung ausführlich beantwortet werden.

E2.2 Negativaspekt: Illegitime Steuervermeidung

Unter Steuervermeidung versteht man alle legalen und illegalen Praktiken, bei denen eine Organisation keinen oder nur einen unzureichenden Beitrag an der Wertschöpfung durch gezahlte Steuern und Sozialabgaben an das Gemeinweisen zurückgibt. Große internationale Organisationen können die steuerlichen Unterschiede in verschiedenen Ländern auf vielfältige Weise ausnutzen, um ihre Steuerlast zu minimieren. Die von ihnen gezahlten Steuern können daher erheblich niedriger sein als die von kleinen und mittleren Organisationen in den jeweiligen Ländern. Dieser Negativaspekt betrifft daher eher große, internationale Organisationen oder Organisationen, die in einem internationalen Verbund agieren. Auch mit dem internationalen Online-Handel und der digitalen Wirtschaft sind Risiken verbunden. Aktivitäten, die eine legitime Reduzierung der gezahlten Steuern mit sich bringen, werden nicht berücksichtigt, etwa die Inanspruchnahme einer Steuerberatung.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Welche Risiken bestehen innerhalb der Organisation im Hinblick auf illegitime Steuervermeidung? Besondere Aufmerksamkeit sollte den folgenden Themen gewidmet werden:
  - Werden Gewinne zwischen Ländern verschoben? Warum?
  - Werden Zinsen, Lizenzgebühren oder andere Zahlungen an Organisationen im Ausland für immaterielle Leistungen entrichtet?
  - Hat die Organisation Geschäftspartner*innen in Ländern mit besonders niedrigen Steuersätzen?
  - Besteht bei Finanztransaktionen das Risiko, dass undokumentierte Gelder in private Kanäle fließen oder Gelder gewaschen werden?
  - Werden die Begünstigten aller Geschäfts- und Finanzpartner*innen offengelegt?
  - (VB) Sind internationale Finanztransaktionen transparent? Gibt es länderspezifische Berichte?
  - Welche Maßnahmen hat die Organisation ergriffen, um diesen Risiken zu begegnen?

Verifizierungsindikatoren

Ist die Organisation Teil eines internationalen Konzerns, unterhält sie Geschäftsbeziehungen mit internationalen Partner*innen oder ist sie Teil der digitalen Wirtschaft? Wenn ja, sollte die Organisation die Namen aller Tochtergesellschaften, verbundenen Organisationen und Geschäftspartner*innen im Ausland veröffentlichen, zu denen ein erheblicher Teil des Umsatzes (über 10 %) abfließt. Länderspezifische Berichterstattung:

- Umsatz
- Wertschöpfung: Gewinn vor Steuern plus Fremdkapitalzinsen plus Einnahmen aus Vermietung und Verpachtung
- Veranlagungsvolumen
- Anzahl der Beschäftigten, Bruttolohnsumme, Nettolohnsumme
- gezahlte Steuern und Sozialabgaben (untergliedert nach Steuerart: Ertragssteuern, Lohnsteuer usw.)
- Fördergelder
- Zinsen und andere Zahlungen für immaterielle Leistungen (vor allem Lizenzgebühren) an Tochtergesellschaften oder Partner*innen im Ausland

Bewertungsstufe

Die Bewertung sollte sich auf den Anteil der tatsächlich in einem Land gezahlten Steuern in Relation zur theoretischen Steuerleistung der Wertschöpfung beziehen. Da die Daten zu illegitimer Steuervermeidung meist nicht öffentlich sind, sollten alle Aktivitäten, die zur Steuervermeidung geeignet sind, kritisch geprüft werden.
Für alle unten aufgeführten Praktiken sollten jeweils 50 Punkte abgezogen werden (bis zu einem Maximum von 200 Negativpunkten):

- Es gibt einen nachgewiesenen Fall von Bilanzbetrug zur Steuervermeidung oder Steuerhinterziehung.
- Es besteht keine Transparenz über die Grundlage internationaler Finanztransaktionen oder über die wirtschaftlich begünstigten Empfängerorganisationen.
- Verschiebung von Gewinnen zwischen Tochtergesellschaften oder zwischen Partnerunternehmen in Ländern mit niedrigeren Steuersätzen.
- Die Veranlagung von Geldern erfolgt in Ländern mit niedrigeren Kapitalsteuersätzen.
- Unternehmenszentralen oder Niederlassungen wurden verlegt, es wurden Partner*innen gesucht mit dem Ziel, Gewinne zu verschleiern, steuerlich günstige Standorte zu erschließen oder „Briefkastenfirmen", also operativ nicht relevante Niederlassungen, zu gründen.

Bewertungshilfen

Bei der Bewertung ist das Risikopotenzial der einzelnen Organisation zu berücksichtigen. Bei kleinen und mittleren Organisationen, die überwiegend regional tätig sind, ist das Potenzial für illegitime Steuervermeidung eher gering. Je größer und internationaler eine Organisation agiert, desto größer ist das Risiko. Mit zunehmendem Risiko steigen daher auch die Anforderungen an die Transparenz. Sollte ein erhebliches Potenzial für derartige Praktiken bestehen, ist die Organisation verpflichtet, transparent nachzuweisen, dass sie sich nicht an illegitimen Steuervermeidungsmodellen beteiligt hat. Im Zweifelsfall ist eine Schätzung zur Ermittlung eines möglichen Punktabzugs zulässig.

In der **Kompaktbilanz** entfällt die Frage „Sind internationale Finanztransaktionen transparent? Gibt es eine länderspezifische Berichterstattung?".

E2.3 Negativaspekt: Mangelnde Korruptionsprävention

Korruption umfasst alle Praktiken, die aufgrund von privaten Interessen zu einer Schädigung von Einrichtungen des Gemeinwesens führen. Unter Korruption werden hier nicht nur Bestechung und betrügerisches Verhalten vom Amtsträger*innen verstanden, sondern auch intransparentes Lobbying, Nepotismus (Günstlingswirtschaft), Veruntreuung von Gemeinvermögen (z. B. unrechtmäßige Vergabe von Subventionen oder Umgehung von Ausschreibungspflichten) oder illegale Parteien- und Wahlkampffinanzierung. Korruption ist in der Regel mit ungerechtfertigten materiellen oder immateriellen Vorteilen für Amts- und Mandatsträger*innen verbunden. Organisationen sind gefordert, innerhalb ihres Einflussbereichs Maßnahmen zu setzen, die Korruption verhindern, aufdecken und bekämpfen.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Welche Korruptionsrisiken bestehen innerhalb der Organisation, bei ihren Lieferant*innen und ihren Kund*innen?
- Welche Maßnahmen gibt es, um Korruption im Vertrieb und Einkauf vorzubeugen?
- Wie wird der Kontakt mit Amtsträgern und politischen Entscheidungsträgern gepflegt?
- Welche Lobbying-Aktivitäten werden durchgeführt?
- Welche Spenden erfolgen an politische Parteien?
- Wie sensibilisiert die Organisation ihre Mitarbeitenden für die Korruption?
- Welche Vorkehrungen gegen Korruption gibt es bei Entscheidungsprozessen?
- Wie werden Interessenkonflikte (persönlicher und organisatorischer Art) sichtbar gemacht und welche entsprechenden Verhaltensregeln gibt es?

Verifizierungsindikatoren

- Offenlegung von Spenden an politische Parteien
- Auflistung der Lobbying-Aktivitäten und Lobbying-Ausgaben, Eintrag im Lobbying-Register
- Anonyme Korruptionsmeldungen durch Mitarbeitende
- (VB) Budget für freiwillige Leistungen und Regeln für die Mittelverwendung

Bewertungsstufe

Im Mittelpunkt der Bewertung stehen jene Maßnahmen, die der Korruptionsprävention bzw. -bekämpfung dienen. Für alle nachstehend aufgeführten Mängel sind jeweils 50 Punkte abzuziehen (maximal 200 Negativpunkte):

- Mangelnde Transparenz: Nichtoffenlegung von Spenden an politische Parteien, Nichteintragung ins Lobbying-Register, Nichtoffenlegung von Interessenkonflikten
- Mangelnde Bewusstseinsbildung und Vorbildwirkung des Managements in Bezug auf Korruptionsrisiken: kein Verhaltenskodex, keine Schulungen oder Unterweisungen in kritischen Bereichen, kein Bewusstsein für Sanktionen bei Fehlverhalten
- Unzureichende strukturelle Maßnahmen zur Vorbeugung, Aufdeckung und Bekämpfung von Korruption: keine Möglichkeit, Korruption zu melden, kein Schutz für Hinweisgeber*innen, keine Aufgaben- und Funktionstrennung, kein Vier-Augen-Prinzip
- Fehlende oder mangelhafte vertragliche Klauseln zur Korruptionsprävention in Arbeits-, Lieferant*innen- oder Kund*innenverträgen

Bewertungshilfen

Jede Organisation sollte Korruptionsrisiken identifizieren. Wie umfassend die Maßnahmen sein müssen, hängt vom jeweiligen Risiko ab. Die Vergabe der Negativpunkte muss individuell angepasst werden.

Transparenzregeln beziehen sich sowohl auf geschäftliche Aktivitäten als auch auf personenbezogene Angaben:

- Annahme von Geschenken
- Aufnahme einer bezahlten Tätigkeit nach Ablauf der Amtszeit
- Offenlegung aller finanziellen Interessen und Vermögenswerte, die zu einem Interessenkonflikt bei der Ausübung einer Funktion führen können
- Nebentätigkeiten

Typische Maßnahmen zur Korruptionsprävention sind:

- Rotationsprinzip bei der Rollenbesetzung
- Mehr-Augen-Prinzip
- Grundsatz der Aufgabentrennung zwischen anweisungsbefugter Person und Rechnungsführer*in
- Meldepflicht für regelwidrige Weisungen
- transparenter Zugang zu kritischen Dokumenten
- Eintrag in das Register der Interessenvertreter*innen (Lobbying-Register)

In der **Kompaktbilanz** kann der Indikator „Budget für freiwillige Leistungen und Regeln für die Mittelverwendung“ entfallen.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Organisationen können durch veränderte Produktions-, Fertigungs- und Betriebsprozesse einen wesentlichen Beitrag zur Reduzierung der ökologischen Auswirkungen leisten und so der Überschreitung der planetaren Belastungsgrenzen entgegenwirken. Der Schwerpunkt der hier berichteten Auswirkungen und Verbesserungen liegt auf Bereichen innerhalb der Reichweite und Verantwortung der Organisation. Der Bereich, Scope, über den berichtet werden soll, wird in den Aspekten genannt und erklärt.

Eine GWÖ-Organisation …

- beschreibt den Lebenszyklus ihrer Produkte und Dienstleistungen, sammelt Daten und dokumentiert Umweltauswirkungen. Das Fehlen einer Beschreibung des Lebenszyklus von Produkten und Dienstleistungen führt zu einer niedrigeren Gemeinwohl-Bewertung.
- befasst sich aktiv mit den ökologischen Auswirkungen ihrer Aktivitäten.
- reduziert kontinuierlich negative Umweltauswirkungen und gestaltet ihre Verfahren und Prozesse ressourcenschonend, sparsam und schadstoffarm.
- teilt ihr Wissen und ihre Verbesserungen mit anderen in der Branche und kommuniziert mit anderen Berührungsgruppen.

Einstiegsfragen

- Wie erkennen, analysieren und vermeiden wir schädliche Umweltauswirkungen?
- Wie gut ist unsere Umweltleistung im Branchenvergleich und welche Konsequenzen ziehen wir daraus?

E3.1 Absolute Auswirkungen und Managementstrategie

Im Sinne einer ökologisch nachhaltigen Wirtschaft ist jede Organisation gefordert, ihre ökologischen Auswirkungen zu reduzieren. Ziel ist es, den Ressourcenverbrauch und die Emissionen zu reduzieren und den Einsatz gefährlicher Substanzen, Technologien und Prozesse einzuschränken. Ein etabliertes Umweltmanagementsystem dient dazu, Strategien und Verantwortlichkeiten in einem Transformationsplan festzulegen, Maßnahmen zu planen, umzusetzen und deren Wirksamkeit zu überprüfen.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Welche negativen Umweltauswirkungen haben die Produktions- und Arbeitsprozesse der Organisation?
- Welche Möglichkeiten haben wir, Umweltauswirkungen zu kontrollieren und/oder zu beeinflussen? (siehe auch Einleitungskapitel „Ökologische Nachhaltigkeit“)
- Zu welchen Produkten und Dienstleistungen haben wir eine detaillierte Lebenszyklus-Analyse durchgeführt und zu welchen nur die Lebenszyklusperspektive eingenommen?
- Welche Daten zu Umweltauswirkungen werden veröffentlicht?

Verifizierungsindikatoren

Die in der folgenden Tabelle aufgeführten Umweltkonten sind entsprechend dem Tätigkeitsbereich der Organisation und dem Transformationsplan dargestellt, einschließlich

- der Datenquelle und Datenqualität. Schätzungen müssen „geschätzt" gekennzeichnet werden.
- der Reduktionsziele und Ziele für einen Zero-Emissions-Transformationsplan (Null-Emission klimaschädlicher Gase).

Die jeweiligen Daten können zu betrieblichen Kenngrößen geordnet werden (z. B. kg CO_2 pro Stück oder im Verhältnis zum Umsatz). Anhand der absoluten Zahlen und Kenngrößen lässt sich überprüfen, ob das Ziel „Reduktion" erreicht wurde. Der Bereich Scope (2) der Umweltauswirkungen, der berichtet werden sollte, wird in den Anmerkungen genannt.

Umweltkonto	Parameter	Anmerkung
Emissionen mit Auswirkungen auf das Klima (1)	jeweils in kg oder t CO_2-eq	Scope 1 und 2
Transport, eigener Fuhrpark	km und Tonnen CO_2 -eq	Scope 1
Kommissionierte Transporte	km und Tonnen CO_2 -eq	Scope 3
Kraftstoffverbrauch	Liter und t CO_2 -eq	Scope 1
Energieverbrauch	kWh und t CO_2 -eq	Scope 1 und 2
Gasverbrauch	kWh und t CO_2 -eq	Scope 1 und 2
Energie für die Klimatisierung von Immobilien (heizen oder kühlen)	kWh / °C	Nach gültigem Gebäudeenergieausweis und aktualisiert nach Dämmmaßnahmen, Vorgabe der Soll-Raumtemperatur
Verbrauch von Trink- und Regenwasser	m^3	Bei Regenwassernutzung
Chemikalienverbrauch (giftig, ungiftig), Verbreitung oder Verwendung giftiger Substanzen	kg	Eine Chemikalienliste mit den dazugehörigen Sicherheitsdatenblättern ist nachzuweisen, Substanzen entsprechend der REACH-Verordnung, Annex XIV
Verwendung anderer Verbrauchs- und Verpackungsmaterialien	kg	z. B. Schmierstoffe, Hilfsstoffe, vergleiche auch Dokumentation in A3

Beitrag zur Lichtverschmutzung	Lumen oder kWh	Beitrag zur Lichtverschmutzung in der Nacht (3)
Partikel- und anorganische Emissionen, PFAS	µg/m^3 und m^3 /Jahr	
Bodennutzung	m^2	Anteil versiegelt / nicht versiegelt / neu versiegelt / renaturiert

(1) Klimawirksame Emissionen sind gemäß Kyoto-Protokoll: Kohlendioxid (CO_2), Methan (CH_4), Distickstoffoxid (N_2O), Fluorkohlenwasserstoffe (HFC), perfluorierte Kohlenwasserstoffe (PFC), Schwefelhexafluorid (SF_6). Zusätzlich müssen Stickstofftrifluorid-(NF3)-Emissionen berichtet werden.

(2) Scope 1 bis 3 gemäß den Definitionen des Kyoto-Protokolls. Wenn nach Scopes gesondert berichtet wird, muss die Aufschlüsselung der klimawirksamen Gase entsprechend erfolgen.

(3) Für Zeitschaltungen während der Beleuchtungsperiode ist der zeitliche Mittelwert zu verwenden.

Bewertungsstufen



Vorbildlich
Die Organisation erreicht die ambitionierten Reduktionsziele, veröffentlicht Daten zu Umweltauswirkungen und nutzt die Ergebnisse für die Zusammenarbeit mit anderen in der Branche. Sie erreicht maximal vier Bewertungspunkte (siehe Tabelle im Abschnitt „Bewertungsinstrumente").

Erfahren
Die Organisation ermittelt sämtliche Daten für die zutreffenden Umweltkonten und betreibt aktives Umweltmanagement. Sie erreicht maximal 12 Bewertungspunkte (siehe Tabelle im Abschnitt „Bewertungsinstrumente") und verfügt über langfristige und erfolgreiche Reduktions- bzw. Substitutionsstrategien.

Fortgeschritten
Die Organisation erhebt Daten zu Umweltauswirkungen und Emissionen und ist sich ihres ökologischen Fußabdrucks bewusst. Sie verwendet entsprechende Kennzahlen und erarbeitet Reduktionsstrategien für einen Transformationspfad zu „Netto-Null-Emissionen".

Erste Schritte
Die Organisation unternimmt erste Schritte zur Identifizierung und Analyse erheblicher Umweltauswirkungen mit klaren Verantwortlichkeiten und einem Berichtssystem.

Basislinie
Umweltauswirkungen sind nicht über die gesetzlichen Berichts- und Meldepflichten hinaus bekannt, es liegen keine Reduktionsziele vor und es wurden keine Maßnahmen ergriffen. Es liegt ein aktuelles Umweltrechtskataster vor.

Bewertungshilfen

Zur Ermittlung eines ökologischen Fußabdrucks, für Lebenszyklusanalysen und zur kontinuierlichen Bilanzierung von Umweltkonten gibt es Software und externe Dienstleister. Umweltberichte und Daten aus Umweltmanagementsystemen, z. B. nach ISO 14001 oder EMAS, können dem Thema unverändert beigefügt werden. Kleine Organisationen können die kontinuierliche Bilanzierung der Umweltkonten über die Tabelle durchführen.

Organisationen, deren Umweltauswirkungen in den Umweltkonten erheblich sind, erhalten für die schädlichsten Umweltschadstoffe folgende Bewertungspunkte:

Auswirkungskategorie	Parameter	Wertungspunkte
Klimawandel: CO_2 - Äquivalent der ausgestoßenen Gase	Tonnen pro Mitarbeitendem	Bis 1t/MA: 0 WP Pro Tonne darüber: je +1 WP
Partikel- und anorganische Emissionen	µg/m³ und m³/Jahr	< 2 µg/m³ : -1 WP; < 10 µg/m³ : -0.5 WP; < 20 µg/m³ : -0.1 WP; ≥ 20 µg/m³ : 10 WP
Zerstörung der Ozonschicht: Emissionen von Fluorchlorkohlenwasserstoffen	kg FCKW-11-Äquivalent	falls vorhanden: +1 WP
Emissionen, die zur Versauerung beitragen	Mol H+-Äquivalent	falls vorhanden: +1 WP
Emissionen, die die photochemische Bildung von Ozon fördern (organische Verbindungen, NO_x, SO_x)	kg NMVOC-Äquivalent (flüchtige organische Verbindungen außer Methan)	falls vorhanden: +1 WP
Ionisierende Strahlung	kg U-235-Äquivalent	falls vorhanden: +1 WP
Toxizität: Freisetzung giftiger Substanzen	CTU – vergleichende Gifteinheit	falls vorhanden: +1 WP
Eutrophierung: Düngung in der Landwirtschaft	Land (Mol N-Äquivalent); Wasser (kg P/N-Äquivalent)	Ökologischer Landbau: 0 WP; nicht-ökologischer Landbau: +1 WP; sonst nur wenn vorhanden: +1 WP
Bodennutzung (im Rahmen von Aktivitäten wie Land- und Forstwirtschaft, Straßen- und Wohnungsbau, Bergbau usw.)	Bodenqualitätsindex (1) (dimensionslos)	bei Verschlechterung gegenüber dem Vorjahr: +1 WP
Ressourcenerschöpfung: Wasser- und Mineralienverbrauch	Wasser in 1.000 m³ Seltene Erden	+ 1WP / 1000m³ sofern vorhanden: +1 WP

Eine Auswirkung ist dann signifikant, wenn sie zu den drei größten Umweltauswirkungen in der Organisation gehört oder wenn 50 % der vorgegebenen Schwellenwerte erreicht oder überschritten werden. Als Schwellenwert gilt der vorgegebene Wert, bei dem 0 Punkte vergeben werden (bzw. 0, wenn kein Schwellenwert explizit vorgegeben ist).

Das Fehlen einer Beschreibung des Lebenszyklus führt zu einer Abwertung um einen Skalenpunkt (siehe Kapitel 3.3).

(1) Bodenqualitätsindex basierend auf dem LANCA-Modell (De Laurentiis et al., 2019) und den LANCA-Charakterisierungsfaktoren, Version 2.5.

Dieser Aspekt muss in der **Kompaktbilanz** vollständig berichtet werden.

E3.2 Relative Auswirkungen

Um Verbesserungspotenziale zur Reduktion der Umweltauswirkungen zu erkennen, sind Vergleiche in der Branche oder Region hilfreich. Grundlage für die Bewertung der relativen Umweltauswirkungen sind der Stand der Technik oder aktuelle branchenweite Standards.

Fragen zur Erstellung des Berichts

(VB) Wie gut ist die Umweltleistung der Organisation im Vergleich:
- (VB) zum Stand der Technik oder aktuellen Branchenstandards?
- (VB) zu Organisationen in der gleichen Branche oder Region?

Verifizierungsindikatoren

- (VB) relevante Zahlen auf der Basis der Umweltbilanzierung (siehe E3.1) hinsichtlich der im Sektor verwendeten Kennwerte.

Bewertungsstufen



Vorbildlich
Die Umweltauswirkungen der Organisation sind deutlich unter dem Durchschnitt des Sektors, sie ist Innovations- oder Branchenführerin. Reduktionen und die kontinuierliche Verbesserung der ökologischen Auswirkungen werden in der Organisationspolitik, der Vision und der Mission als Ziel ausgewiesen und nachweislich erreicht.

Erfahren
Die Umweltauswirkungen der Organisation liegen unter dem Durchschnitt des Sektors. Ziele sind die ambitionierte, kontinuierliche Verbesserung der Umweltleistung und Maßnahmen werden organisationsweit umgesetzt.

Fortgeschritten
Die Organisation hat Maßnahmen zur Reduzierung ihrer Umweltauswirkungen ergriffen, die über dem Durchschnitt des Sektors liegen. Die Maßnahmen können nur einen Teilbereich oder umgesetzte Pilotprojekte betreffen. Die Reduktion weiterer Umweltauswirkungen bzw. die Ausweitung der Maßnahmen ist ein erklärtes Ziel der Organisation.

Erste Schritte
Die Organisation ist über den aktuellen Stand der Technik und Industriestandards informiert und hat sich Reduktionsziele gesetzt. Maßnahmen zur Reduzierung der Umweltauswirkungen sind geplant und werden vorbereitet.

Basislinie
Die Organisation kennt den aktuellen Stand der Technik und die durchschnittlichen Umweltauswirkungen des Sektors. Konkrete Vergleiche mit branchengleichen Organisationen wurden noch nicht durchgeführt und eigene Umweltziele entsprechen gesetzlichen Vorgaben.



Bewertungshilfen

Bei kleineren Organisationen ohne bekannte schädliche Umweltauswirkungen der Branche ist die Berichterstattung einfacher. Für die Bewertung sollten zumindest die quantitativen Daten zum Energieverbrauch (Strom, Gas), Mobilitätsaufwand (Kilometerzahl, Verkehrsmittel – siehe auch C3) und Ressourcenverbrauch herangezogen werden.

Dieser Aspekt kann in der **Kompaktbilanz** vollständig weggelassen werden.

E3.3 Negativaspekt: Verstoß gegen Umweltschutzbestimmungen und unverhältnismäßige Umweltbelastung

Wenn die Aktivitäten der Organisation unverhältnismäßige Auswirkungen auf Ökosysteme haben oder gegen Umweltschutzbestimmungen verstoßen, entsteht ein ökologischer und sozialer Schaden, dem kein angemessener Nutzen gegenübersteht. Die Aktivitäten sind insbesondere dann zu kritisieren, wenn die Aktivitäten an anderen Standorten der Organisation unzulässig wären nach Umweltschutzbestimmungen.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Welche Betriebsgenehmigungen und Betriebsauflagen gibt es und werden diese eingehalten?
- (VB) Wie wird die Einhaltung der relevanten Gesetze und Vorschriften überwacht?
- (VB) Kam es im Berichtszeitraum zu Verstößen gegen Umweltschutzvorschriften und wenn ja, wie hoch ist der potenzielle Schaden?
- (VB) Gab es Beschwerden oder Streitigkeiten mit Anwohnenden bezüglich Umweltschutzverstößen?
- (VB) Gibt es Streitigkeiten mit anderen Interessengruppen (zivilgesellschaftlichen Initiativen, NGOs usw.)?
- (VB) Wie umweltfreundlich sind die regionalen technischen und rechtlichen Standards im Vergleich zu anderen Standorten der Organisation?

Verifizierungsindikatoren

- Betriebsgenehmigungen und Auflagen
- Verzeichnis der relevanten Gesetze und Vorschriften (aktuelles Rechtskataster)
- Gefahrstoffkataster (nach REACH-Substanzliste)
- Gerichtsverfahren, Verwaltungsstrafen, Schadensersatzzahlungen aufgrund von Verstößen gegen Umweltvorschriften

Bewertungsstufe

Für folgende Verstöße werden insgesamt maximal 200 Negativpunkte vergeben:

- Fehlendes Verzeichnis der Betriebsgenehmigungen, fehlendes Rechtskataster, keine Liste der Gefahrenstoffe: jeweils maximal 10 Punkte.
- Es liegen nachprüfbare Beschwerden und Beanstandungen vor Ort vor: 10 Punkte.
- Es liegt ein Verstoß gegen Umweltauflagen oder Umweltschutzbestimmungen vor. Die Umweltauflagen werden nun erfüllt: 10 bis 60 Punkte.
- Es liegt ein Verstoß gegen Umweltauflagen oder Umweltschutzbestimmungen vor. Maßnahmen wurden eingeleitet, die Umsetzungsschnelligkeit entspricht jedoch nicht dem Gefährdungspotenzial: 60 Punkte.
- Es liegt ein Verstoß gegen Umweltauflagen oder Umweltschutzbestimmungen vor. Es wurden keine Maßnahmen ergriffen: 100 Punkte.
- Konkrete Schäden aufgrund eines Verstoßes gegen Umweltschutzbestimmungen sind vor Ort bereits eingetreten: 30 bis 60 Punkte.
- Ein umweltschädliches Verhalten ist vor Ort zulässig, an einem anderen Standort der Organisation jedoch verboten oder mit Auflagen versehen: 100 Punkte.
- Vorsätzliche Vertuschung von schädlichen Umweltauswirkungen oder absichtliches umweltschädigendes Verhalten: 200 Punkte.
    - In solchen Fällen ist auch die Glaubwürdigkeit der unter E3.1 und E3.2 gemachten Angaben nicht mehr gewährleistet.

Bewertungshilfen

Die Beurteilung der Verstöße gegen Umweltschutzvorschriften erfolgt im Verhältnis zu dem entstandenen ökologischen und gesellschaftlichen Schaden.

- Bei geringfügigen Schäden (z. B. lokal, keine nachhaltige Schädigung) werden bis zu 10 Negativpunkte vergeben.
- Bei größeren Schäden (z. B. regional, mittelfristige Schädigung) werden bis zu 60 Negativpunkte vergeben.
- Je größer der (potenzielle) Schaden (z. B. überregional, irreversibel), desto höher fallen die Negativpunkte aus (maximal 200 Negativpunkte).
- Personenschäden werden immer als große Schäden eingestuft.
- Beschwerden vor Ort finden sich z.B. in Medien, Zeitungsberichten oder Anzeigen/ Meldungen bei der unteren Naturschutzbehörde (Gemeinde, Landkreis).

Für die Kompaktbilanz muss nur die Frage „Welche Betriebsgenehmigungen und Betriebsauflagen gibt es und werden diese eingehalten?“ beantwortet werden. Werden die Auflagen nachweislich eingehalten, kann die Bewertung dieses Aspekts entfallen. Anderenfalls muss dieser Negativaspekt komplett berichtet werden.

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung sind die Grundlage einer aufgeklärten, demokratischen, offenen und pluralistischen Gesellschaft und sollen ein friedliches und gutes Zusammenleben fördern. Die Umsetzung dieser Werte soll vor allem Schaden von der Allgemeinheit abwenden und informierte, ausgewogene, inklusive Entscheidungen auf individueller und gesamtgesellschaftlicher Ebene ermöglichen. Die relevanten Berührungsgruppen sind Menschen vor Ort, die lokalen Behörden, engagierte gemeinnützige Organisationen, zukünftige Generationen und die gesamte Natur einschließlich Tieren, Pflanzen, Biodiversität und Landschaften.

Eine GWÖ-Organisation ...

- stellt Transparenz über das Handeln und die Pläne der Organisation her und gibt Informationen von Interesse an die Öffentlichkeit weiter.
- informiert transparent über Organisationshandlungen und -pläne, geht auf individuelle Auskunftsanfragen und Widersprüche ein.
- sucht aktiv den Dialog mit Berührungsgruppen, einschließlich Initiativen und gemeinnützigen Organisationen, die die Interessen von Berührungsgruppen vertreten, die selbst keine Einwände erheben können (wie etwa benachteiligte Menschen in anderen Ländern und Kontinenten, Kinder und Jugendliche, zukünftige Generationen, Tiere und Natur).
- berücksichtigt bei Entscheidungen die berechtigten Interessen betroffener Gruppen, insbesondere von Menschen und Tieren.
- fördert demokratische Bildung und gelebte demokratische Kompetenz, setzt demokratische Werte und Vielfalt um und schließt Diskriminierung und Rassismus in der eigenen Führungsebene und Kommunikation aus.
- fördert und lebt ein Bewusstsein und Verantwortung für die globalen Auswirkungen individuellen Verhaltens.
- übernimmt im Rahmen seiner Möglichkeiten Verantwortung und setzt sich dafür ein, dass sich Menschenrechtsverletzungen (z. B. Beeinträchtigung der Wahl- und Mitbestimmungsrechte) nicht wiederholen.
- begegnet potenziellen Gefahren und Risiken der Digitalisierung und der künstlichen Intelligenz hinsichtlich Transparenz und Mitentscheidung.
- beteiligt sich an Initiativen zur Förderung der Mitbestimmung von Betroffenen, sowohl lokal im Hinblick auf die direkten Auswirkungen der Organisation als auch international im Hinblick auf indirekt betroffene Stakeholder.

Einstiegsfragen

- Wie entwickelt und präsentiert die Organisation ihre Haltung zu Transparenz und Mitbestimmung?
- Wie transparent, ehrlich, vollständig, unmissverständlich und sachlich ist unsere Informationspolitik, insbesondere bei der Risikoeinschätzung und der Einschätzung potenzieller schädlicher Auswirkungen auf die globale Gemeinschaft und die Natur?

- Wie werden die Auswirkungen unseres Handelns verständlich gemacht und kommuniziert?
- Wie wird die Mitbestimmung in den Entscheidungsprozessen unserer Organisation umgesetzt, um den berechtigten Interessen der Anwohnenden, der betroffenen Berührungsgruppen, der zukünftigen Generationen und der Natur gerecht zu werden?

E4.1 Transparenz und Demokratiebildung

Transparenz schafft Vertrauen und ermöglicht es anderen, sich zu beteiligen und fundierte Entscheidungen zu treffen. Eine transparente Organisation bietet Berührungsgruppen umfassende Einblicke in ihre Aktivitäten. Sie erwirbt systematisch neue Erkenntnisse aus verschiedenen Perspektiven, stellt vollständige und neutrale Informationen bereit, sucht aktiv den Austausch von Argumenten und nimmt Kritik ernst.

Um sich an demokratischen Entscheidungsprozessen beteiligen zu können, benötigen Berührungsgruppen Kompetenzen, Ressourcen und zugängliche Möglichkeiten, ihre Meinung zu äußern. Demokratiebildung fördert die Fähigkeit der Berührungsgruppen, sich eine Meinung zu bilden, fundierte Entscheidungen zu treffen und sich an Entscheidungen von lokalem, regionalem oder globalem gesellschaftlichem Interesse zu beteiligen.

Fragen zur Erstellung des Berichts

Transparenz:

- Welche wichtigen und kritischen Informationen werden für die Berührungsgruppen erfasst (Umfang und Detailtiefe)?
- In welcher Form werden Informationen veröffentlicht und verbreitet (Art der Veröffentlichung)?
- Werden Berichte, Bewertungen oder andere Informationsformate der Organisation durch eine unabhängige Stelle überprüft (z. B. durch ein unabhängiges Audit)?
- Wie leicht sind diese Informationen für die Öffentlichkeit zugänglich?

Demokratiebildung:

- Sind sich Mitarbeitende und indirekte Stakeholder der demokratischen Strukturen in der Organisation bewusst?
- Welche Anwendungsgebiete der Demokratiebildung lassen sich erkennen?
- (VB) Was sind die Ziele der Demokratiebildung der Organisation und wie werden diese erreicht?

Verifizierungsindikatoren

- Veröffentlichung geprüfter Berichte, wiederholte Berichtslegung, z. B. GWÖ-Bilanz, ISO 14001, EMAS, GRI, ESRS, SDG-Berichterstattung.
- Demokratische Strukturen im aktuellen Verhaltenskodex, Code of Conduct (CoC):
  - Wie sind die Regeln im CoC definiert, z. B. partizipativ, Gremienentscheidung?
  - Wie sind demokratische Strukturen im CoC umgesetzt, z. B. definierte Regeln und Abläufe?
  - Wie wird die Einhaltung überwacht, z. B. durch Fragebögen, Sanktionspolitik?
- Integration von Demokratieförderung in die berufliche Bildung.

Bewertungsstufen



Vorbildlich

Die Organisation berichtet über ihre Aktivitäten und engagiert sich in erweiterten Transparenzbemühungen. Sie kooperiert mit demokratischen Initiativen, NGOs und anderen regionalen oder globalen Interessenvertretern, um die Transparenz in ihrer Branche zu erhöhen. Sie geht mit gutem Beispiel voran und bietet anderen Organisationen ihrer Branche Hilfe bei der Entwicklung ihrer Transparenzstrategie und demokratischer Strukturen an. Vorbildliche Erfolge der Demokratiebildung wirken über die Organisation und Region hinaus.

Erfahren

Die Organisation berichtet systematisch über ihre Aktivitäten gemäß ihrer Transparenzstrategie und ihres unternehmensweiten Verhaltenskodex. Extern geprüfte Berichtslegungen wurden durchgeführt und werden evaluiert, um die Transparenzstrategie weiter zu verbessern. Maßnahmen zur Demokratiebildung für direkte Berührungsgruppen sind etabliert, eventuell sind Projekte für indirekte Berührungsgruppen geplant. Die Ergebnisse der umgesetzten Maßnahmen werden analysiert und dienen als Basis für die Weiterentwicklung der Transparenzstrategie und Demokratiebildung.

Fortgeschritten

Die Organisation hat Berichte über ihre Aktivitäten entwickelt, die ihrer Transparenzstrategie und ihrem Verhaltenskodex entsprechen. Externe geprüfte Berichtssysteme sind in Vorbereitung, zumindest für Teile der Organisation, und es werden notwendige Analysen durchgeführt. Maßnahmen zur Förderung demokratischer Entscheidungsfindung werden umgesetzt und relevante Funktionsrollen für eine leicht zugängliche demokratische Beteiligung indirekter Interessengruppen eingerichtet. Erste Maßnahmen zur Demokratiebildung werden umgesetzt.

Erste Schritte

Die Organisation erkennt die Relevanz von Transparenz und entwickelt eine Transparenzstrategie für Aktivitäten im Rahmen ihres Verhaltenskodex. Die Organisation beginnt mit ersten Analysen und Planungen für die Berichtslegung mit externer Prüfung. Handlungsfelder für Demokratiebildung werden identifiziert und Pläne zur Umsetzung der Demokratiebildung erstellt.

Basislinie

Die Organisation erfüllt die gesetzlichen Anforderungen zur transparenten Veröffentlichung von Aktivitäten und respektiert demokratische Verfahren in ihrem Verhaltenskodex. Zusätzliche Berichterstattung auch ohne externe Prüfung oder in leicht zugänglichen Formaten ist nicht vorhanden und es gibt keine Pläne zur Erhöhung der Transparenz oder Demokratiebildungsangebote.



Bewertungshilfen

Die Berührungsgruppen in E4 betreffen alle für die Organisation relevanten Stakeholder, die in der Matrix nicht explizit analysiert werden. Dazu zählen beispielsweise die Natur einschließlich Tieren und Pflanzen, gesellschaftliche Gruppen, die nicht direkt mit der Organisation in Verbindung stehen, und zukünftige Generationen. Diese indirekten Stakeholder werden oft durch Interessengruppen oder Verbände vertreten, die im Namen derjenigen, die keine eigene Stimme haben, Rechte einfordern.

Alle Bewertungsstufen können sowohl in regionalen als auch in globalen Kontexten angewendet werden. Je nach der Größe einer Organisation, der Anzahl der Länder, in denen sie wirtschaftlich tätig ist, und ihrer Marktmacht haben Organisationen unterschiedliche Möglichkeiten, Transparenz und Demokratiebildung umzusetzen:

- Bei einer hinsichtlich Umsatz und Beschäftigtenzahl „kleinen" vorbildlichen Organisation würde die Bewertung auf lokalen oder regionalen Anstrengungen basieren, z. B. dem Engagement in der örtlichen Industriegewerkschaft und dem Austausch mit Partnerorganisationen.
- Bei „großen" Organisationen mit Niederlassungen in mehreren Ländern kann die Berichterstattung eine Tochtergesellschaft oder die gesamte Organisation betreffen. Der Umfang des Berichts richtet sich nach der Organisation, die berichteten Inhalte sind jedoch die gleichen. Beispiele für Tochtergesellschaften könnten die Zusammenarbeit mit der Muttergesellschaft zur Festlegung von Transparenzstandards für alle Tochtergesellschaften und die Zusammenarbeit mit gleichrangigen Tochtergesellschaften sein. Die Mutterorganisationen sollten selbst die gleichen Regeln einhalten und die Einhaltung interner Vorschriften und eines allgemeinen Verhaltenskodex überwachen und bewerten. Aktive Demokratiebildung in der Mutterorganisation und ihren Tochtergesellschaften ermöglicht Partizipation. Mitbestimmung fördert die Akzeptanz und Umsetzung von Transparenzmaßnahmen, beispielsweise internen Bewertungen, einer konsolidierten Transparenzstrategie und regelmäßigen externen Audits.

Ein Verhaltenskodex definiert verbindliche interne Regeln, auf die sich eine Organisation einigt. Für die Bewertung relevante Teile des Verhaltenskodex können sein:

- Transparenzstrategie, z. B. Publikationsstrategie, Data-Mining-Strategie, Offenlegungsregelungen, Klassifikationsregeln für Informationen „geheim", „intern" etc.
- Mitbestimmungsstandards, z. B. mehrsprachige Beteiligungsangebote, Fristen und formale Beteiligungsverfahren.

Einige Tätigkeitsbereiche können indirekt Menschen und die Umwelt prägen, in der alle Lebewesen und künftige Generationen leben müssen. Diese Tätigkeitsbereiche erfordern besondere Aufmerksamkeit im Hinblick auf Transparenz und Offenheit für gesellschaftliche Diskussionen und Mitentscheidung. Organisationen, die in den folgenden Bereichen tätig sind, sollten sich der potenziell unverhältnismäßigen Auswirkungen ihrer Aktivitäten auf die (zukünftige) Gesellschaft bewusst sein:

- künstliche Intelligenz
- Biotechnologie, Arbeit mit genetischer Manipulation
- globale Organisationen
- Viehzucht und Verarbeitung tierischer Produkte
- Hoch- und Offshorebau einschließlich Infrastruktur
- Produktionsprozesse, die mit gefährlichen Stoffen oder starken Umweltauswirkungen verbunden sind, z. B. Fracking von Erdgas, intensive Monokultur-Agrarindustrie, Holzproduktion und Abholzung etc.

In der **Kompaktbilanz** entfällt die Frage „Was sind die Ziele der Demokratiebildung der Organisation und wie werden diese erreicht?".

E4.2 Gesellschaftliche Mitentscheidung

Organisationen spielen eine bedeutende Rolle bei der Bewältigung globaler Herausforderungen und sollten ihren Einfluss nutzen, um einen positiven Beitrag zu einer lebensfreundlichen Gesellschaft, zur Erreichung der UN-Nachhaltigkeitsziele (SDGs) sowie zu globaler Solidarität und Gerechtigkeit zu leisten.

Das Ziel von Beteiligung und Mitbestimmung ist ein global verantwortliches Verhalten der Organisation, um Leid, Konflikte, zusätzliche Kosten und eine Verschlechterung der Zukunftsperspektiven zu vermeiden.

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Wie können Menschen und Organisationen in den Dialog treten und an einem offenen, macht- und sanktionsfreien Austausch von Argumenten teilnehmen?
- (VB) Wie stellt die Organisation sicher, dass die berechtigten Interessen von Berührungsgruppen berücksichtigt werden, die keine (Geschäfts-)Verträge mit der Organisation haben?
- (VB) Welche Anstrengungen unternimmt die Organisation, um demokratische Strukturen mit dem Ziel der weltweiten Achtung der Menschenrechte zu fördern?

Verifizierungsindikatoren

- (VB) Verfahren zur Mitentscheidung der Berührungsgruppen über gesetzliche Beteiligungsrechte hinaus für
  - (VB) operative Entscheidungen (wie Dinge erledigt werden)
  - (VB) grundlegende Entscheidungen (was getan wird)
- Infrastruktur für Dialog (z. B. Ethikforum, Ethikkommission) vorhanden? Für welche Art von Entscheidungen?

Bewertungsstufen



Vorbildlich

Die Organisation verfügt über eine institutionalisierte Form der Mitbestimmung bei operativen und grundlegenden Entscheidungen. Die Organisation teilt ihre Erfahrungen und methodischen Ansätze zur Beteiligung im Sektor und unterstützt Partnerorganisationen beim Aufbau ihrer Beteiligungsstrukturen. Sie übernimmt Verantwortung über ihren direkten Einfluss hinaus und integriert Interessen indirekt betroffener Stakeholder in ihre Strategien und Pläne. Über ihre direkte Verantwortung hinaus trägt die Organisation auf gesellschaftlicher und politischer Ebene zum Aufbau demokratischer Strukturen zur Förderung der Menschenrechte und der Rechte indirekt betroffener Berührungsgruppen bei.

Erfahren

Die Organisation hat systematische Methoden zur aktiven Beteiligung indirekter Stakeholder an Entscheidungsprozessen implementiert. Es besteht eine kontinuierliche, interdisziplinäre (Politik, Wissenschaft, Ethik, Soziologie und Umweltwissenschaften) Kommunikation, um die Interessen indirekter Stakeholder angemessen zu berücksichtigen und einzubeziehen. Verfahren zur Beteiligung betreffen die meisten operativen Entscheidungen und sind Teil des Entscheidungsprozesses für grundlegende Entscheidungen.

Fortgeschritten

Die Organisation sucht aktiv den Kontakt zu Vertretenden relevanter indirekter Berührungsgruppen, z. B. Konsultationen, Einladungen, öffentliche Anhörungen. Zumindest für bestimmte Projekte oder Teile der Organisation werden Vertretende indirekter Stakeholder nach ihren Meinungen, Ansichten und Vorschlägen gefragt, mit dem Ziel, Feedback und Input zu erhalten. Es werden Pläne entwickelt, um systematisch zu ermitteln, wer relevante indirekte Stakeholder sind und wie ihre Interessen in die Entscheidungsprozesse für operative und grundlegende Entscheidungen einbezogen werden können.

Erste Schritte

Die Organisation erkennt, dass ihre Aktivitäten indirekte Stakeholder betreffen. Eine erste Bestandsaufnahme typischer indirekter Stakeholder, die im Sektor relevant sind, liegt vor. Die Organisation stellt der Öffentlichkeit Informationen zur Verfügung und relevante indirekte Stakeholder oder Vertretende betroffener Gruppen können in den Dialog treten. Ergebnisse werden dokumentiert und ausgewertet mit dem Ziel, das eigene Verständnis zu vertiefen und die Zusammenarbeit zu fördern.

Basislinie

Die Organisation hält sich an gesetzliche Vorgaben und respektiert die vorgeschriebenen Einspruchsverfahren. Es gibt keine Kommunikation oder Verfahren für indirekte Stakeholder, um mit den Entscheidungsträger*innen der Organisation in Dialog zu treten, und keine Mitsprache der Stakeholder über gesetzliche Pflichten hinaus.

Bewertungshilfen

Indirekte Stakeholder sind jene, die typischerweise keine direkte Möglichkeit haben, ihre Interessen zu äußern, z. B. Betroffene in weit entfernten Ländern, einkommensschwache Gruppen, Menschen ohne Zugang zu Bildung, junge Menschen, fühlende Tiere oder andere benachteiligte Gruppen mit legitimen Interessen. Spezielle Vereine, NGOs, Bürgerinitiativen oder Interessengruppen repräsentieren indirekte Stakeholder und helfen, diese Perspektiven und Bedürfnisse zu integrieren.

Wichtig ist die interdisziplinäre Zusammenarbeit. Verschiedene Disziplinen wie Politik, Naturwissenschaften, Ethik, Soziologie und Umweltwissenschaften bieten zusammengenommen alle Informationen, um die Interessen von Stakeholdern zu verdeutlichen, die nicht vertraglich an die Organisation gebunden sind. Es sollen Lösungen entwickelt werden, die den Schutz und die Berücksichtigung dieser Interessen gewährleisten.

Partizipative Ansätze geben betroffenen Gruppen die Möglichkeit, direkt oder durch Vertretende an Entscheidungsprozessen teilzunehmen. Dies kann in Form von Konsultationen, öffentlichen Anhörungen, öffentlichen Diskussionen, Workshops, auf bestimmte Gruppen zugeschnittenen Beteiligungsverfahren (z. B. Jugendliche, ältere Menschen, Nicht-Muttersprachler), Ethikkommissionen oder anderen Beteiligungsformen geschehen. Diese Mechanismen ermöglichen es den Betroffenen, ihre Bedenken zu äußern und direkt auf Entscheidungen Einfluss zu nehmen. Relevant für die Bewertung sind:

- der Umfang der beteiligten Interessengruppen (lokale, nationale, globale Interessen)
- der Grad der Mitbestimmung (Information, Kontaktaufnahme, Anhörung, Beteiligung, Mitentscheidung)
- Methoden und Gewichtung der Argumente und Interessen
- der Grad der Verantwortungsübernahme und die nachweisbare Umsetzung von Maßnahmen zur Verbesserung der Lebensqualität indirekter Stakeholder
- Einschätzungen globaler wirtschaftlicher Unterschiede und ungleicher Machtverhältnisse der Stakeholder
- Mitbestimmungen durch Vertretende für die aktive Teilnahme und Mitbestimmung an grundlegenden und operativen Entscheidungen, zum Beispiel über Richtlinien, Strategien oder Investitionen in Projekte, die in der Form gewichteter Stimmen oder direkter Teilnahme/Mitentscheidung in Organisationsausschüssen oder Kommissionen erfolgen können.

Für die **Kompaktbilanz** können die mit (VB) gekennzeichneten Fragen entfallen. Der Indikator „Verfahren zur Mitentscheidung der Berührungsgruppen über gesetzliche Beteiligungsrechte hinaus" sollte berichtet werden, muss aber nicht näher für Entscheidungsarten detailliert werden. Der Indikator „Infrastruktur für Dialog (z. B. Ethikforum, Ethikkommission) vorhanden? Für welche Art von Entscheidungen?" ermöglicht eine allgemeine Bewertung.

E4.3 Negativaspekt: Intransparenz und gezielte Falschinformation

Organisationen und Unternehmen haben die Verantwortung, die Gesellschaft transparent und umfassend zu informieren. Wenn eine Organisation absichtlich falsche Informationen über sich selbst, ihre Pläne, ihr Verständnis von Fakten oder ihre Mission veröffentlicht, schadet sie dem Gemeinwesen und behindert fundierte Entscheidungen und Diskussionen. Schäden können verursacht werden durch:

- bewusste Irreführung durch Fehlinformation, Verschweigen relevanter Tatsachen, tendenziöse Auslegung von Tatsachen
- verzerrte Berichterstattung über Risiken zum Nachteil der Öffentlichkeit, künftiger Generationen und der Natur
- Missachtung wissenschaftlicher Erkenntnisse oder empirischer Fakten
- Förderung von Stereotypen, Ressentiments, gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit oder Vorurteilen
- Informationsverbreitung mit dem Ziel der Manipulation oder gezielten Meinungsbildung
- Informationszurückhaltung oder Diskreditierung von Informationsquellen aus strategischen Gründen

Fragen zur Erstellung des Berichts

- Wird die Organisation ihren eigenen Standards (z. B. Verhaltenskodex, Transparenz, Mitentscheidung) in der Praxis gerecht?
- Werden Fehlinformationen verbreitet?
- Werden die neuesten Erkenntnisse der Wissenschaft berücksichtigt?
- Ist der Einsatz von Technologie (z. B. künstliche Intelligenz, Biotechnologie) transparent und wird klargestellt, welche Entscheidungen technologiegestützt oder technologiebasiert sind?
- (VB) Gibt es Anzeichen für eine strukturelle Benachteiligung mittelbarer und unmittelbarer Berührungsgruppen?
- Ist die Organisation transparent hinsichtlich der wissenschaftlichen, politischen, wirtschaftlichen und religiösen Informationsquellen, die sie nutzt, und der Werte, die sie fördert?

Verifizierungsindikatoren

- Gerichtliche Verfahren gegen die Organisation im Zusammenhang mit
  - Menschenrechtsverletzung
  - Korruptionsgesetzen, Verwaltungsgesetzen
  - unzureichender Berichterstattung nach anwendbarem Recht
  - Verfassungsdelikten
  - Verstößen gegen anwendbare internationale Abkommen und ratifizierte Erklärungen (z. B. Kinderarbeit, Umweltschutzabkommen, anwendbare Resolutionen in zwischenstaatlichen Gremien)
- Konformität mit der Transparenzstrategie der Organisation (z. B. aus dem Verhaltenskodex: Welche Informationen werden wie verbreitet und was ist das gewünschte Ergebnis?)

Bewertungsstufe

Einer negativen Bewertung sollte eine gründliche Betrachtung und Diskussion mit der Organisation vorausgehen. Es kann schwierig sein, die Qualität von Informationen zu beurteilen und die Absicht hinter ihrer Verbreitung zu erkennen. Eine Organisation sollte auf Fragen und Zweifel bereitwillig, transparent und völlig offen reagieren. Die folgenden Aktivitäten/Verstöße können mit einer negativen Bewertung geahndet werden:

- rechtliche Vorwürfe oder formelle Beschwerden im betrachteten Bilanzierungszeitraum bei inadäquater Reaktion der Organisation
- Nichteinhaltung des Verhaltenskodex der Organisation
- absichtliche Falschinformation oder Verschweigen relevanter Tatsachen
- aktive Verhinderung oder Behinderung von Ermittlungen oder mangelnde Kooperation mit Justiz oder Behörden
- falsche Kennzeichnung von Informationen als wissenschaftlich, faktenbasiert oder als Beweismittel ohne entsprechende Nachweise
- undurchsichtige Informationsquellen und bewusste Irreführung (z. B. unbefugte Verwendung von Veröffentlichungen)
- gezielte Behinderung demokratischer Strukturen (z. B. spezifische Projektkennzeichnung zur Vermeidung öffentlicher Konsultationen)
- Verstoß gegen Verfahrensvorschriften (z. B. Fristen für die Anhörung der öffentlichen Meinung)
- gezielte Falschinformation, um politischen, wirtschaftlichen oder gesellschaftlichen Gruppen zu schaden
- Unterstützung nichtdemokratischer religiöser oder politischer Parteien, Organisationen oder Vereinigungen, die öffentlich extremistische, menschenfeindliche oder gruppenbezogene Diskriminierung propagieren

Für die **Kompaktbilanz** kann die Frage „Gibt es Anzeichen für eine strukturelle Benachteiligung indirekter Stakeholder?“ entfallen.

Abschließende Bemerkung

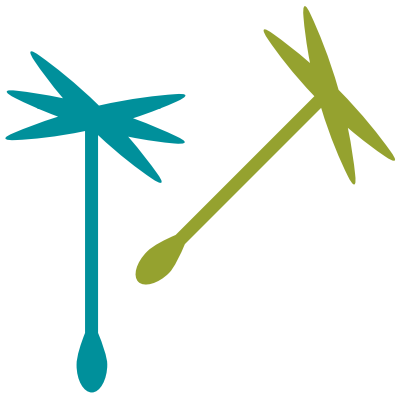
Die Erstellung eines Gemeinwohl-Berichts ist ein Prozess, der Organisationen hilft, ihre Transformation hin zu einer nachhaltigen Struktur und nachhaltigem Handeln zu analysieren, zu dokumentieren und kontinuierlich weiterzuentwickeln.

Geschulte ECOnGOOD-Berater*innen können diesen Prozess begleiten und Organisationen auf ihrem Weg unterstützen.

Das Audit eines Gemeinwohl-Berichts als externe Bestätigung hilft, Selbsteinschätzungen zu kontextualisieren, und stärkt das Vertrauen der Nutzer*innen in die Nachhaltigkeitsinformationen ihrer Organisation.

Zusätzliche Informationen zur Erstellung eines Berichts, zu Beratungsleistungen, zum Audit und zur ECOnGOOD-Gemeinschaft finden Sie unter www.econgood.org.

Notes



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-Unternehmin (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 GESCHÄFTS-PARTNER*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

germany.econgood.org | deutschland@econgood.org

CC BY SA

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 Geschäfts-partner*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?

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 / BERÜHRUNGSGRUPPE	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
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: GESELLSCHAFT-LICHES 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, _____

Mehr Infos und Kontakt:
www.ecogood.org
unternehmen@ecogood.org
Sowie bei der GWÖ-Regionalgruppe in Ihrer Nähe

GEMEINWOHL ÖKONOMIE



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?

10