



88% der Deutschen wünschen sich eine neue und ethischere Wirtschaftsordnung, die den Schutz der Umwelt und den sozialen Ausgleich in der Gesellschaft stärker berücksichtigt.

(Vgl. Bertelsmann-Stiftung, 2012)





Das Modell der GWÖ



**Vision &
Zielsetzung**

Umsetzung

Das Modell der GWÖ - Vision & Zielsetzung

Vision

Aufbruch zu einer ethischen Marktwirtschaft, deren Ziel nicht die Vermehrung von Geldkapital ist, sondern das gute Leben für alle.

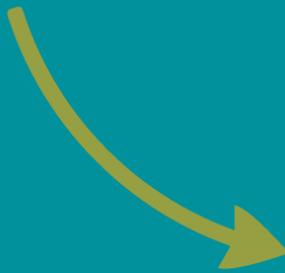
Zielsetzung

Schaffung eines Wirtschaftssystems, das sowohl die Menschenwürde, die Menschenrechte, als auch die ökologische Nachhaltigkeit berücksichtigt und in der Wirtschaft umsetzt

Das Modell der GWÖ - Vision & Zielsetzung

Vision

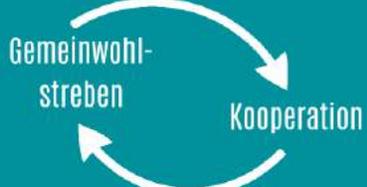
Aufbruch zu einer ethischen Marktwirtschaft, deren Ziel nicht die Vermehrung von Geldkapital ist, sondern das gute Leben für alle.

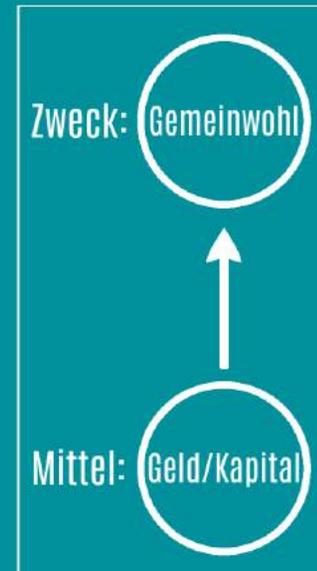


Zielsetzung

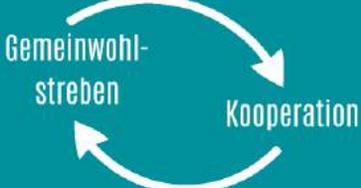
Schaffung eines Wirtschaftssystems, das sowohl die Menschenwürde, die Menschenrechte, als auch die ökologische Nachhaltigkeit berücksichtigt und in der Wirtschaft umsetzt

Das Modell der GWÖ - Umsetzung

| | Derzeitiges Wirtschaftssystem | Gemeinwohlökonomie |
|------------------------|--|--|
| Ziel des Wirtschaftens | Kapitalakkumulation/ Gewinnmaximierung | Mehrung des Gemeinwohls |
| Anreizmechanismus |  <p>Gewinnstreben Konkurrenz</p> |  <p>Gemeinwohl- streben Kooperation</p> |



Das Modell der GWÖ - Umsetzung

| | Derzeitiges Wirtschaftssystem | Gemeinwohlökonomie |
|------------------------|--|--|
| Ziel des Wirtschaftens | Kapitalakkumulation/ Gewinnmaximierung | Mehrung des Gemeinwohls |
| Anreizmechanismus |  <p>Gewinnstreben Konkurrenz</p> |  <p>Gemeinwohl- streben Kooperation</p> |



Auszüge aus Verfassungen

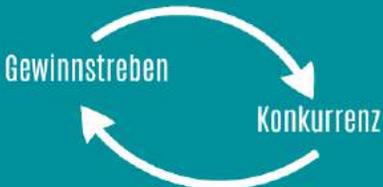
„Eigentum verpflichtet. Sein Gebrauch soll zugleich dem Wohle der Allgemeinheit dienen.“

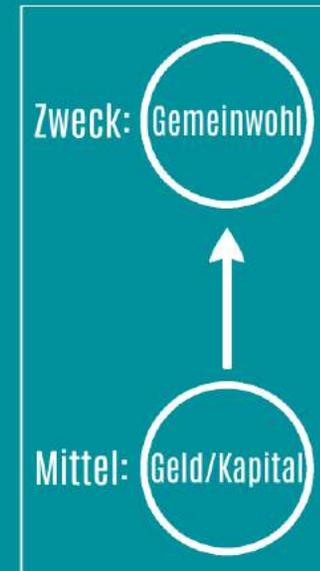
Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland,
Artikel 14 Abs. 2

„Die gesamte wirtschaftliche Tätigkeit dient dem Gemeinwohl, insbesondere der Gewährleistung eines menschenwürdigen Daseins für alle (...).“

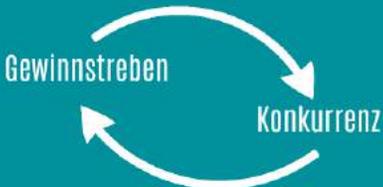
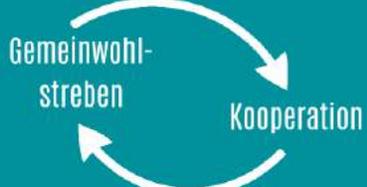
Verfassung des Freistaates Bayern (Art. 151, Abs. 1)

Das Modell der GWÖ - Umsetzung

| | Derzeitiges Wirtschaftssystem | Gemeinwohlökonomie |
|------------------------|--|--|
| Ziel des Wirtschaftens | Kapitalakkumulation/ Gewinnmaximierung | Mehrung des Gemeinwohls |
| Anreizmechanismus |  <p>Gewinnstreben Konkurrenz</p> |  <p>Gemeinwohl- streben Kooperation</p> |



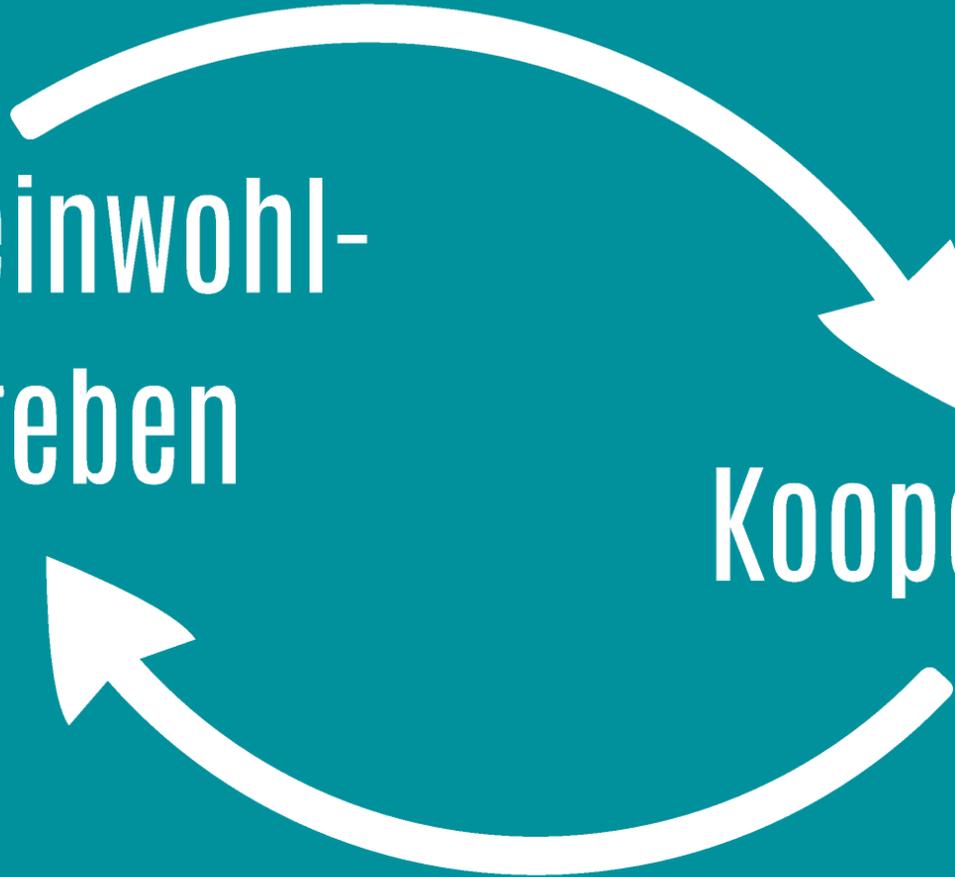
Das Modell der GWÖ - Umsetzung

| | Derzeitiges Wirtschaftssystem | Gemeinwohloökonomie |
|------------------------|--|--|
| Ziel des Wirtschaftens | Kapitalakkumulation/ Gewinnmaximierung | Mehrung des Gemeinwohls |
| Anreizmechanismus |  <p>Gewinnstreben Konkurrenz</p> |  <p>Gemeinwohl- streben Kooperation</p> |



Gemeinwohl-
streben

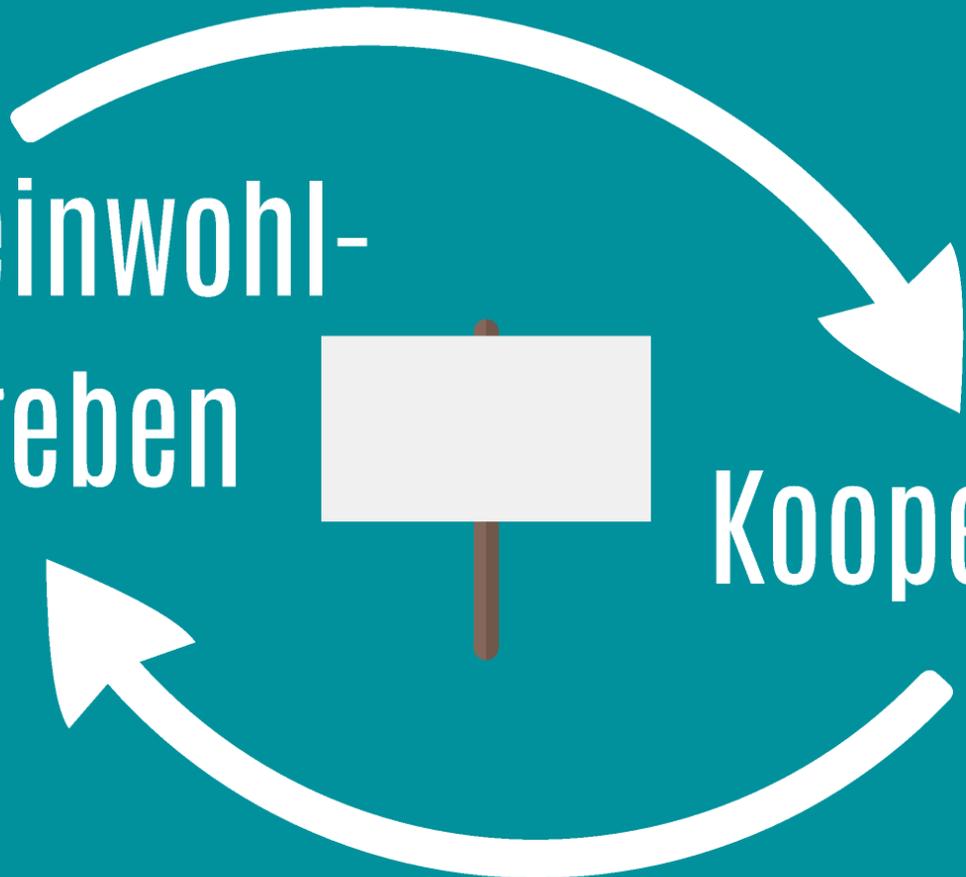
Kooperation



Gemeinwohl-
streben



Kooperation



Gemeinwohl-
streben

Humanistische Werte
für die Wirtschaft

Kooperation

Gemeinwohl-
streben

Solidarität

Humanistische Werte
für die Wirtschaft

Kooperation

Gemeinwohl-
streben

Solidarität

Humanistische Werte
für die Wirtschaft

Vertrauen

Kooperation

Gemeinwohl-
streben

Solidarität

Humanistische Werte
für die Wirtschaft

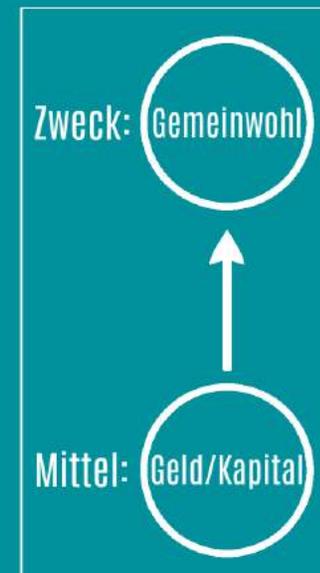
Vertrauen

Respekt

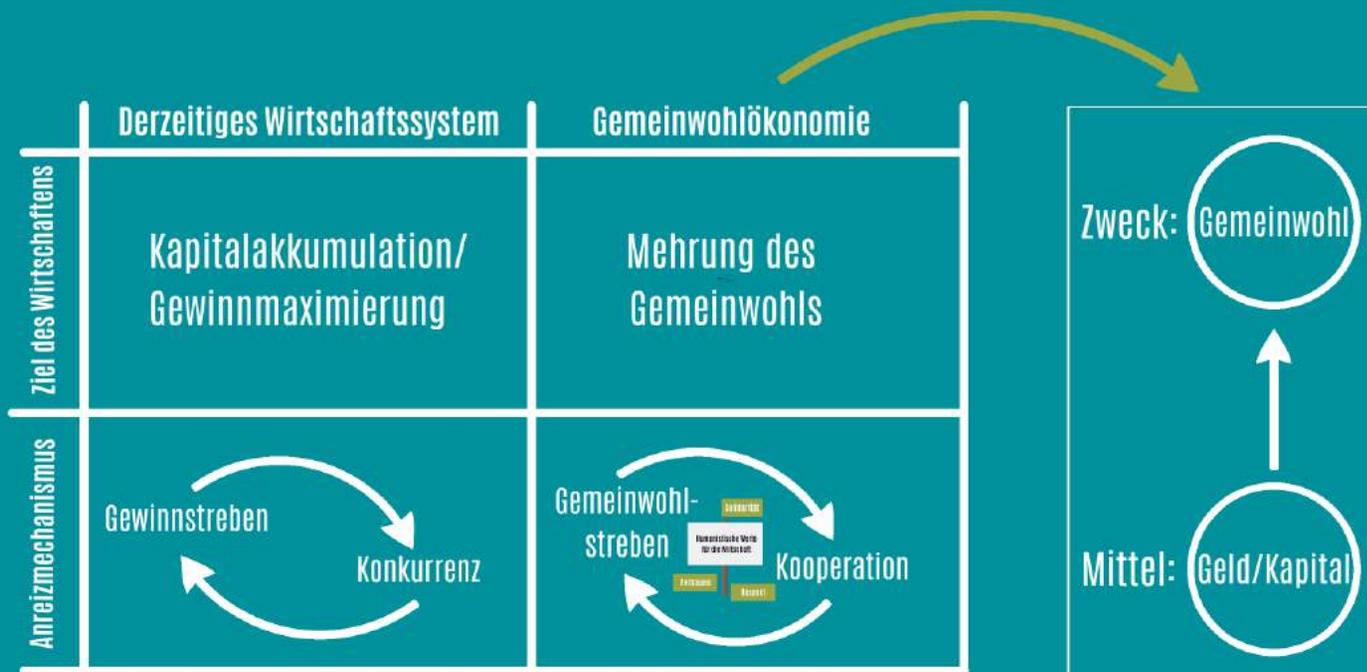
Kooperation

Das Modell der GWÖ - Umsetzung

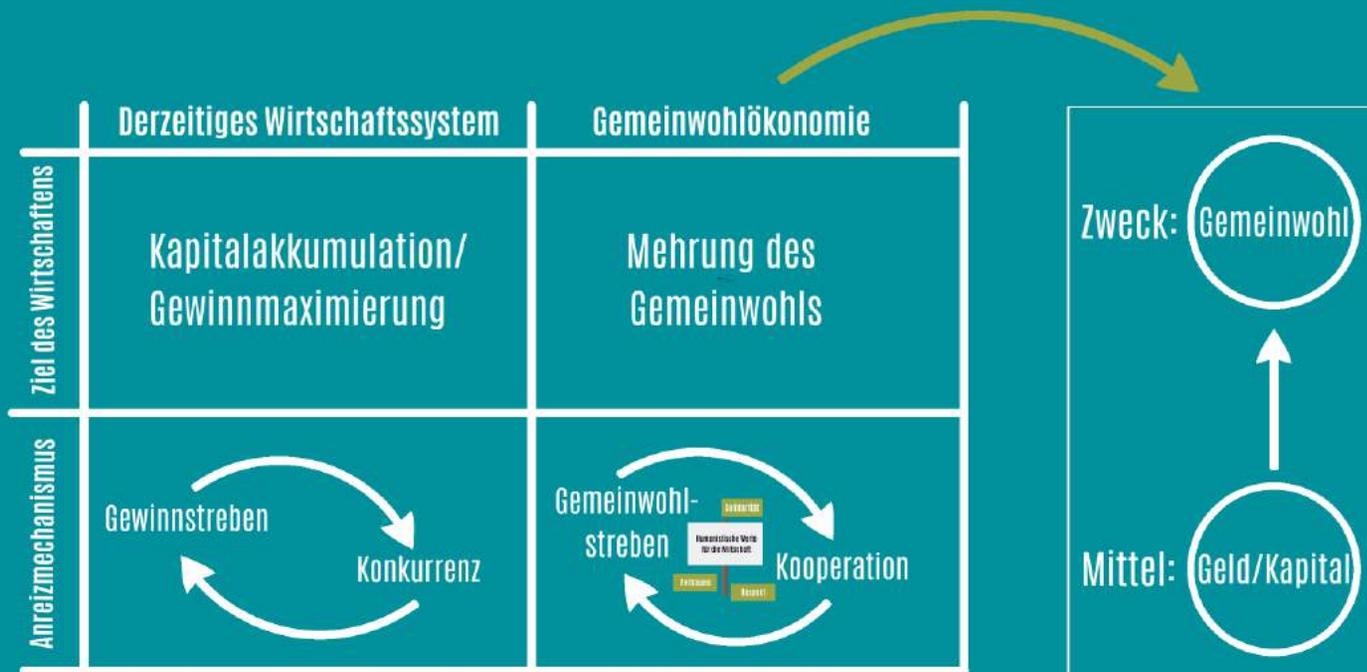
| | Derzeitiges Wirtschaftssystem | Gemeinwohloökonomie |
|------------------------|---|--|
| Ziel des Wirtschaftens | Kapitalakkumulation/ Gewinnmaximierung | Mehrung des Gemeinwohls |
| Anreizmechanismus | <p>Gewinnstreben → Konkurrenz → Gewinnstreben</p> | <p>Gemeinwohlstreben → Kooperation → Gemeinwohlstreben</p> <p>Normative Werte für die Wirtschaft</p> <p>Ehrlichkeit, Integrität, Korrektheit</p> |



Das Modell der GWÖ - Umsetzung



Das Modell der GWÖ - Umsetzung



Messung wirtschaftlichen Erfolgs muss neu definiert werden!

Das Modell der GWÖ - Umsetzung

Neudefinition wirtschaftlichen Erfolgs

| | Alt | Neu |
|-------------|----------------------|-------------------|
| Makro-Ebene | Bruttoinlandsprodukt | Gemeinwohlprodukt |
| Mikro-Ebene | Finanzbilanz | Gemeinwohlbilanz |

Das Modell der GWÖ - Umsetzung

Neudefinition wirtschaftlichen Erfolgs

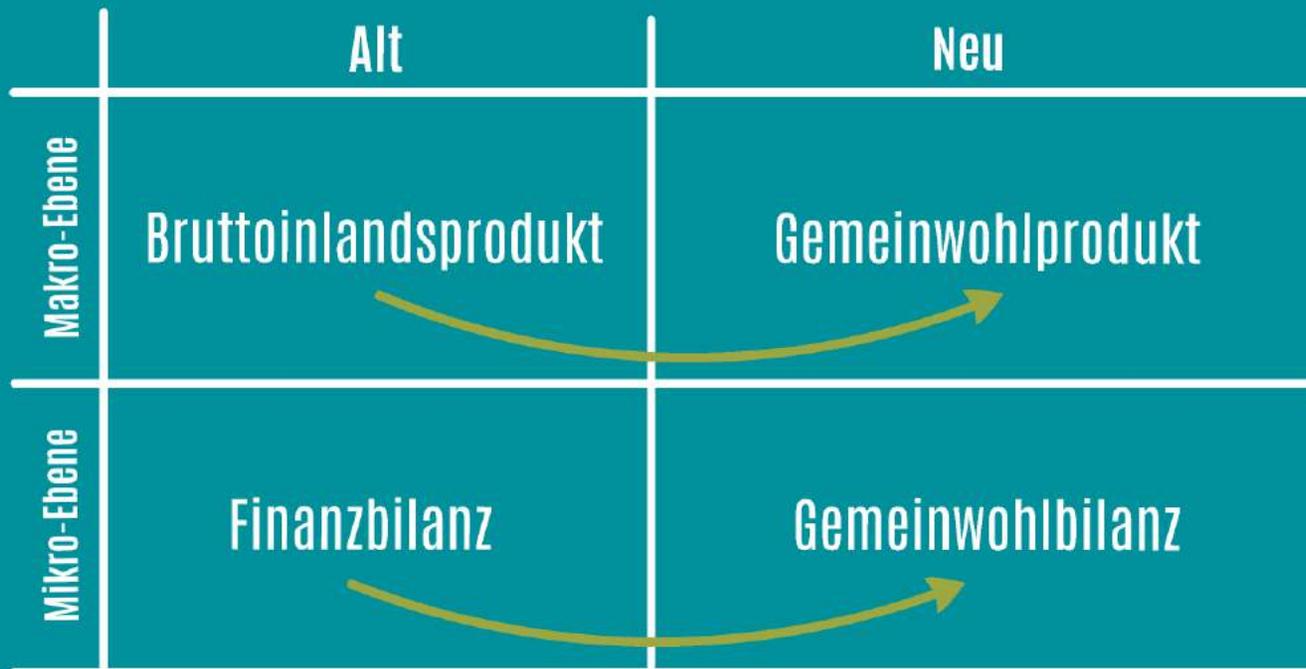
| | Alt | Neu |
|-------------|----------------------|-------------------|
| Makro-Ebene | Bruttoinlandsprodukt | Gemeinwohlprodukt |
| Mikro-Ebene | Finanzbilanz | Gemeinwohlbilanz |



Das Modell der GWÖ - Umsetzung

Neudefinition wirtschaftlichen Erfolgs

| | Alt | Neu |
|-------------|----------------------|-------------------|
| Makro-Ebene | Bruttoinlandsprodukt | Gemeinwohlprodukt |
| Mikro-Ebene | Finanzbilanz | Gemeinwohlbilanz |





Die Gemeinwohl-Bilanz

| WERT | MENSCHENWÜRDE | SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT | ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT | TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG |
|---|--|--|--|--|
| BERÜHRUNGSGRUPPE | | | | |
| 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*innenbeziehungen | D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern | 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 |

Das Instrument

Der Bilanzierungsprozess

Beispiel VAUDE

Die Gemeinwohlbilanz - Das Instrument

| WERT | MENSCHENWÜRDE | SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT | ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT | TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG |
|---|--|--|--|--|
| BERÜHRUNGSGRUPPE | | | | |
| 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*innenbeziehungen | D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern | D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen | D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produktransparenz |
| 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 |

Gemeinwohlbilanz als Instrument der Organisationsentwicklung, das den Beitrag eines Unternehmens zum Gemeinwohl messbar und sichtbar macht.

Quelle: <https://www.ecogood.org/de/gemeinwohl-bilanz/gemeinwohl-matrix/>

Die Gemeinwohlbilanz - Das Instrument

| WERT | MENSCHENWÜRDE | SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT | ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT | TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG |
|---|--|--|--|--|
| BERÜHRUNGSGRUPPE | | | | |
| 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*innenbeziehungen | D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern | 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 |

Gemeinwohlbilanz als Instrument der Organisationsentwicklung, das den Beitrag eines Unternehmens zum Gemeinwohl messbar und sichtbar macht.

Quelle: <https://www.ecogood.org/de/gemeinwohl-bilanz/gemeinwohl-matrix/>

| WERT | MENSCHENWÜRDE | SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT | ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT | TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG |
|---|--|--|--|--|
| BERÜHRUNGSGRUPPE | | | | |
| 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*innenbeziehungen | 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 |



Ein GWÖ-Unternehmen ...

- bezieht Produkte und Dienstleistungen, welche unter menschenwürdigen Bedingungen hergestellt wurden.
- achtet auf Risiken in der Zulieferkette, bei welchen die Verletzung der Menschenwürde häufig vorkommt.
- setzt sich aktiv für ein menschenwürdigeres Verhalten in der Zulieferkette ein.



Einstiegsfragen

- Was wissen wir über die Einhaltung der Menschenwürde bei unseren Lieferant*innen (z.B. Qualität der Arbeitsplätze), speziell bei unseren größten Lieferant*innen?
- Welche potenziellen negativen Auswirkungen oder Risiken gibt es in der Zulieferkette (z.B. Menschenrechtsverletzungen), die mit unseren Geschäftstätigkeiten verbunden sind?
- Wie trägt unser Unternehmen zur Schaffung menschenwürdiger Bedingungen und zur Lösung sozialer Probleme und Herausforderungen in der gesamten Zulieferkette bei?



Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der zugekauften Produkte/Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen in Tabellenform
- Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden

| WERT | MENSCHENWÜRDE | SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT | ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT | TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG |
|---|--|--|--|--|
| BERÜHRUNGSGRUPPE | | | | |
| 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*innenbeziehungen | 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 |

Die Gemeinwohlbilanz - Das Instrument

| WERT | 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*innenbeziehungen | D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern | D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen | D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produktransparenz |
| 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 |

Gemeinwohlbilanz als Instrument der Organisationsentwicklung, das den Beitrag eines Unternehmens zum Gemeinwohl messbar und sichtbar macht.

Quelle: <https://www.ecogood.org/de/gemeinwohl-bilanz/gemeinwohl-matrix/>

Die Gemeinwohlbilanz - Das Instrument

| WERT | 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*innenbeziehungen | D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern | D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen | D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produktransparenz |
| 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 |

Belohnung und Förderung Gemeinwohlorientierten Wirtschaftens

Derzeit:

Am Markt durch...

- Verbraucher*innen
- Kooperationspartner*innen
- Geldgeber*innen

In Zukunft:

Auch durch den Staat bei...

- Steuern
- öffentl. Aufträgen
- Krediten

Quelle: <https://www.ecogood.org/de/gemeinwohl-bilanz/gemeinwohl-matrix/>

Die Gemeinwohlbilanz - Das Instrument

| WERT | 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*innenbeziehungen | D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern | 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 |

Belohnung und Förderung Gemeinwohlorientierten Wirtschaftens



Derzeit:

Am Markt durch...

- Verbraucher*innen
- Kooperationspartner*innen
- Geldgeber*innen

In Zukunft:

Auch durch den Staat bei...

- Steuern
- öffentl. Aufträgen
- Krediten

Quelle: <https://www.ecogood.org/de/gemeinwohl-bilanz/gemeinwohl-matrix/>

Die Gemeinwohlbilanz - Das Instrument

| WERT | 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*innenbeziehungen | D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern | D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen | D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produktransparenz |
| 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 |

Belohnung und Förderung Gemeinwohlorientierten Wirtschaftens

Derzeit:

Am Markt durch...

- Verbraucher*innen
- Kooperationspartner*innen
- Geldgeber*innen

In Zukunft:

Auch durch den Staat bei...

- Steuern
- öfftl. Aufträgen
- Krediten

Quelle: <https://www.ecogood.org/de/gemeinwohl-bilanz/gemeinwohl-matrix/>

Die Gemeinwohlbilanz - Das Instrument

| WERT | 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*innenbeziehungen | 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 |

Belohnung und Förderung Gemeinwohlorientierten Wirtschaftens

Derzeit:

Am Markt durch...

- Verbraucher*innen
- Kooperationspartner*innen
- Geldgeber*innen

In Zukunft:

Auch durch den Staat bei...

- Steuern
- öfftl. Aufträgen
- Krediten

Quelle: <https://www.ecogood.org/de/gemeinwohl-bilanz/gemeinwohl-matrix/>



• KREUZLEH

GEMEINWOHL
ÖKONOMIE
Bilanzierendes Unternehmen



2012/MBC 4.0.1



www.bal.ecogood.org/123456

Die Gemeinwohlbilanz - Das Instrument

| WERT | 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*innenbeziehungen | D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern | 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 |

Belohnung und Förderung Gemeinwohlorientierten Wirtschaftens

Derzeit:

Am Markt durch...

- Verbraucher*innen
- Kooperationspartner*innen
- Geldgeber*innen

In Zukunft:

Auch durch den Staat bei...

- Steuern
- öfftl. Aufträgen
- Krediten

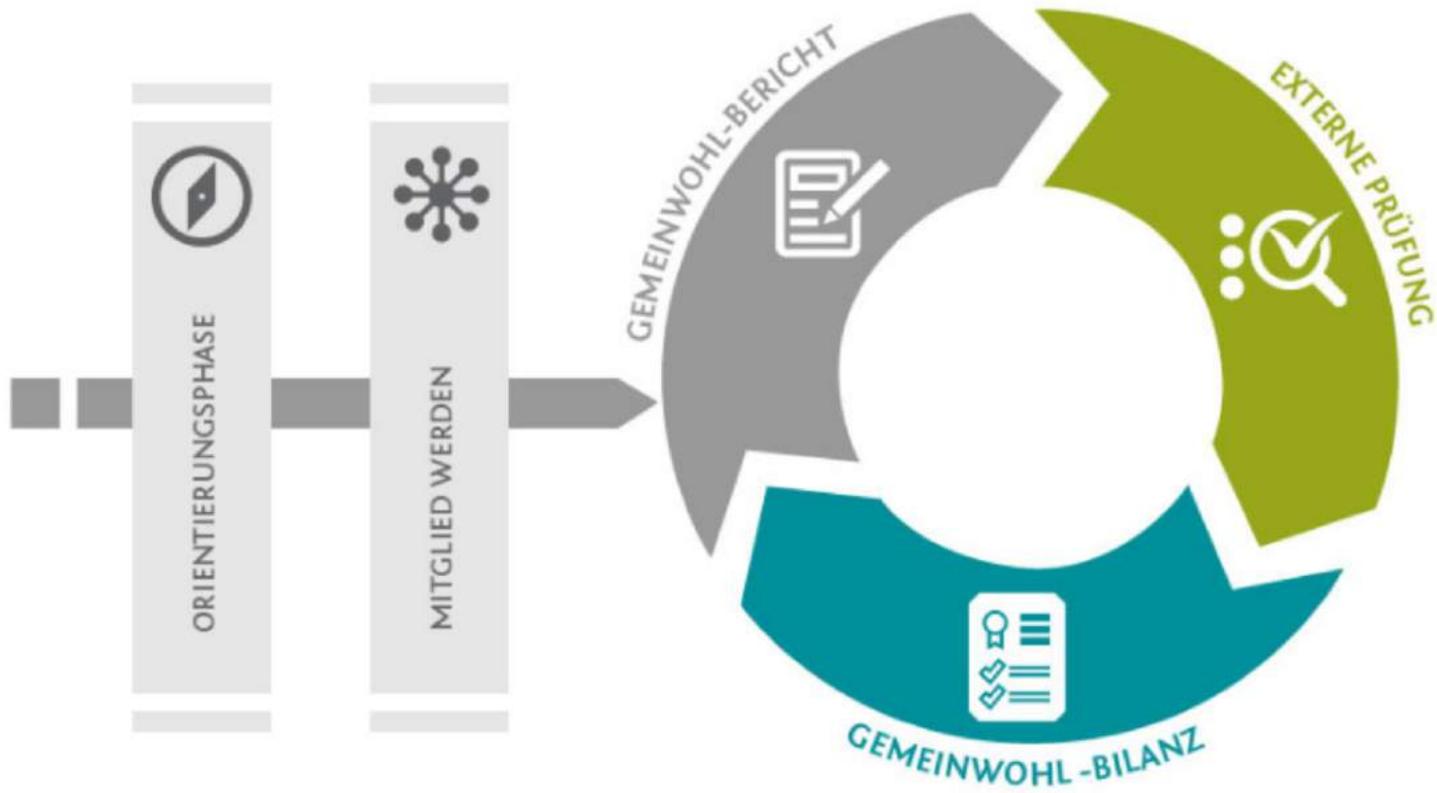
Quelle: <https://www.ecogood.org/de/gemeinwohl-bilanz/gemeinwohl-matrix/>



Der Bilanzierungsprozess - Überblick



Quelle: <https://www.ecogood.org/de/unsere-arbeit/gemeinwohl-bilanz/>



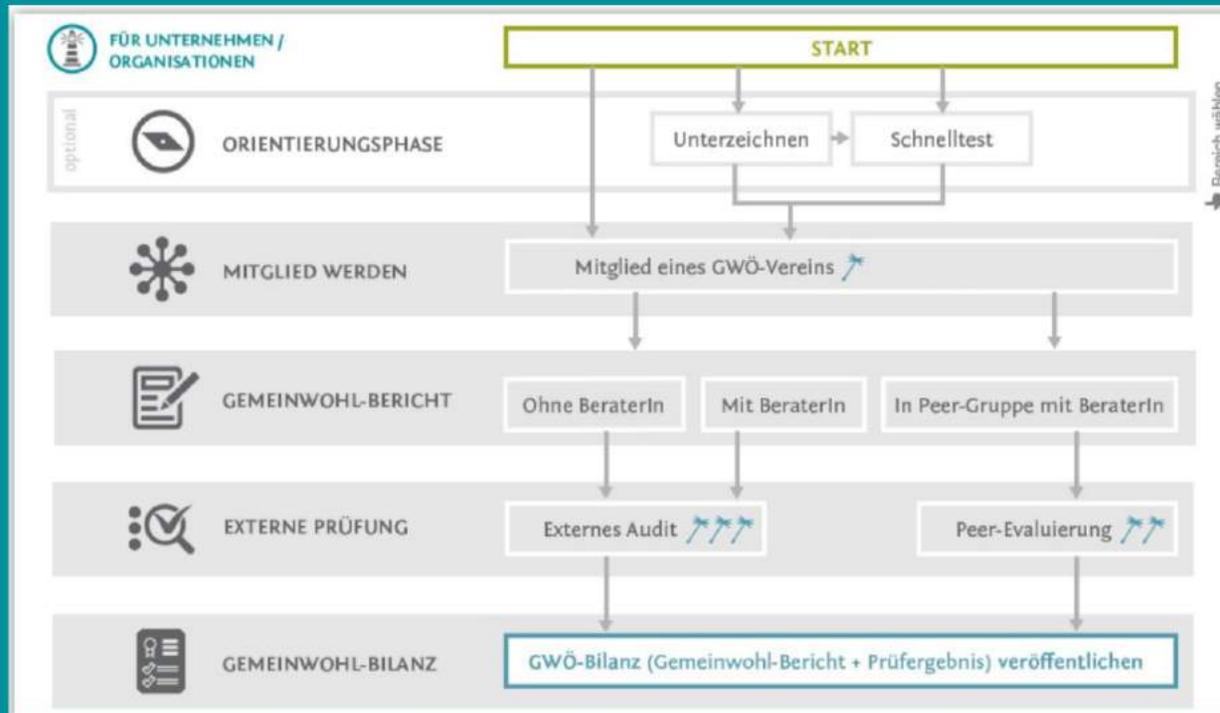
 Bereich wählen.

Der Bilanzierungsprozess - Überblick



Quelle: <https://www.ecogood.org/de/unsere-arbeit/gemeinwohl-bilanz/>

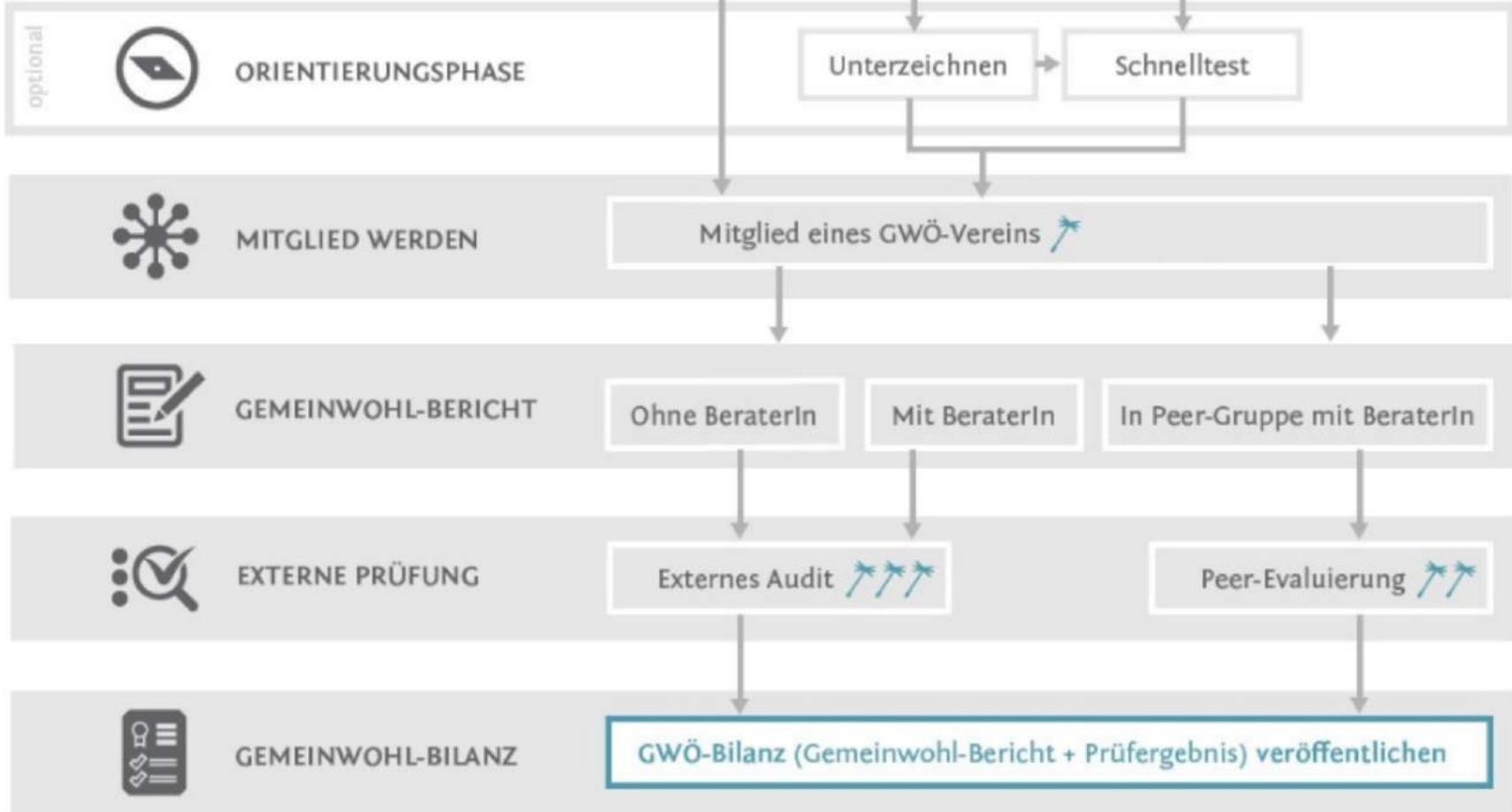
Der Bilanzierungsprozess - Wege zur Gemeinwohl-Bilanz



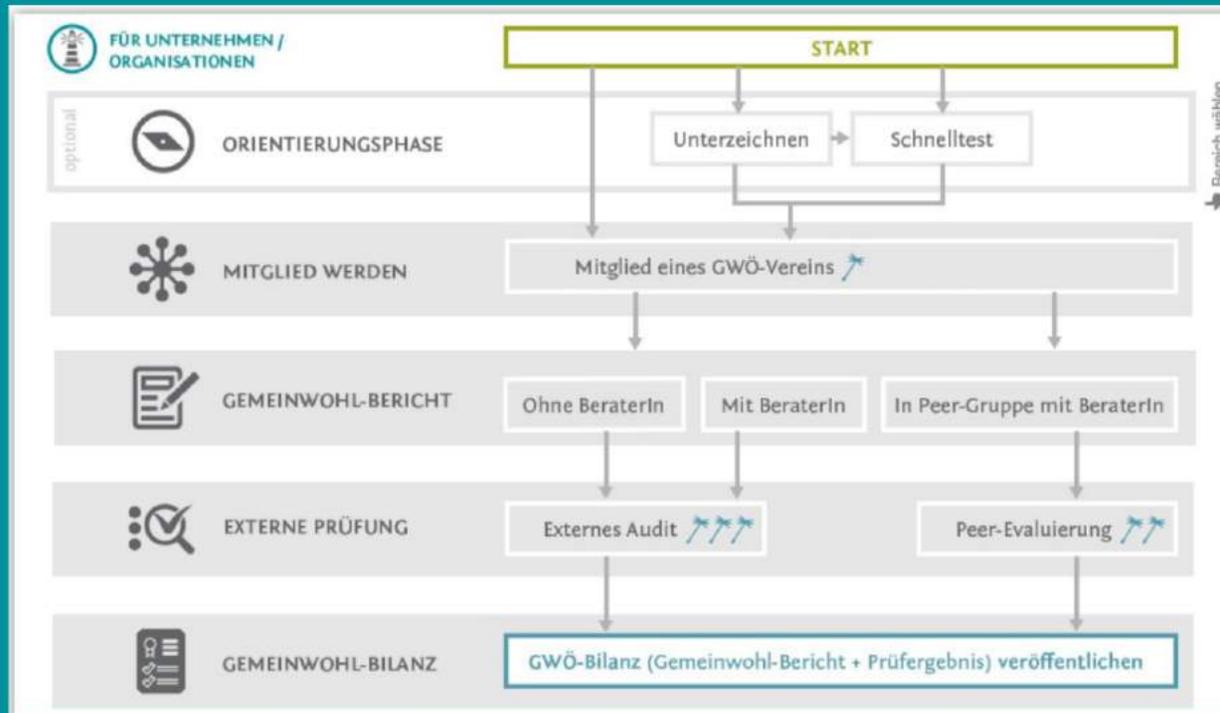
Quelle: <https://www.ecogood.org/de/unsere-arbeit/gemeinwohl-bilanz/unternehmen/>



FÜR UNTERNEHMEN /
ORGANISATIONEN

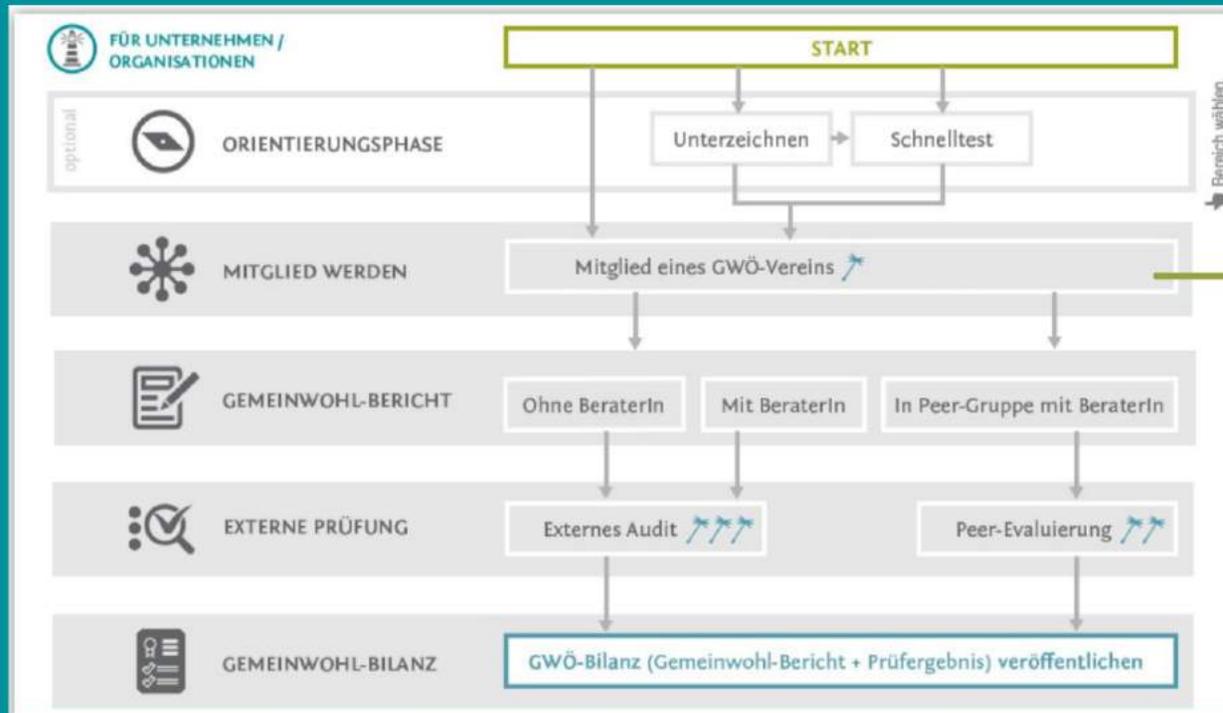


Der Bilanzierungsprozess - Wege zur Gemeinwohl-Bilanz



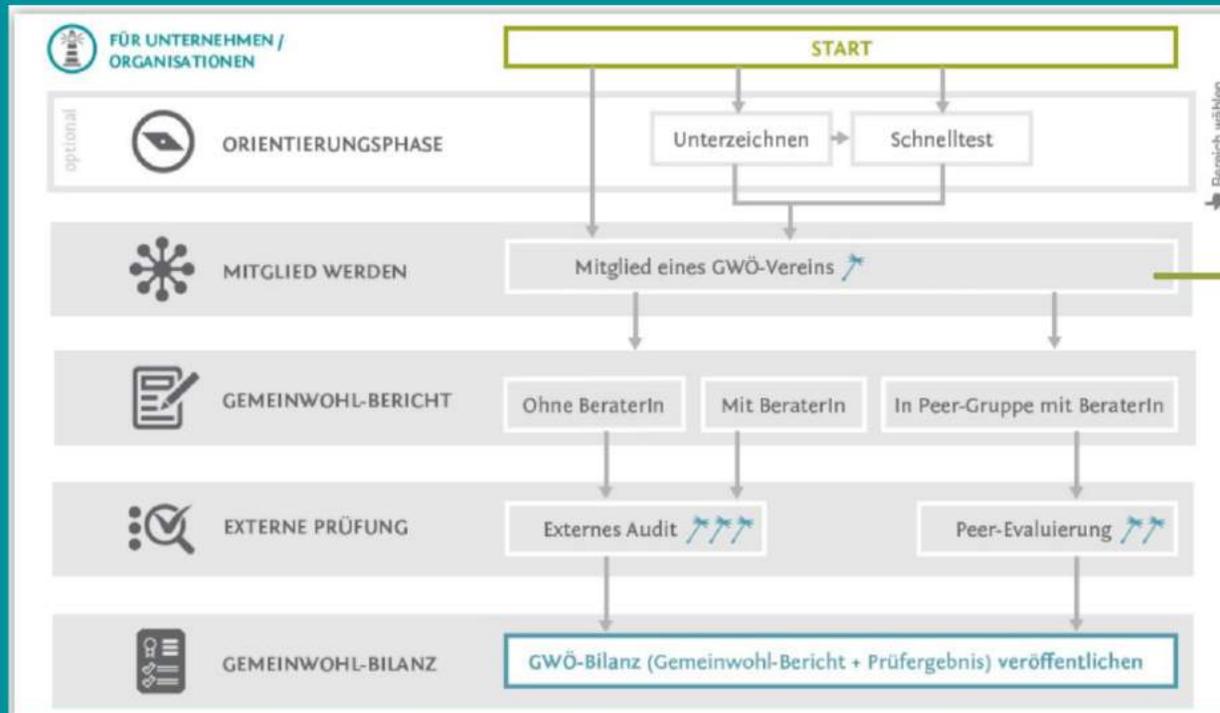
Quelle: <https://www.ecogood.org/de/unsere-arbeit/gemeinwohl-bilanz/unternehmen/>

Der Bilanzierungsprozess - Wege zur Gemeinwohl-Bilanz



Quelle: <https://www.ecogood.org/de/unsere-arbeit/gemeinwohl-bilanz/unternehmen/>

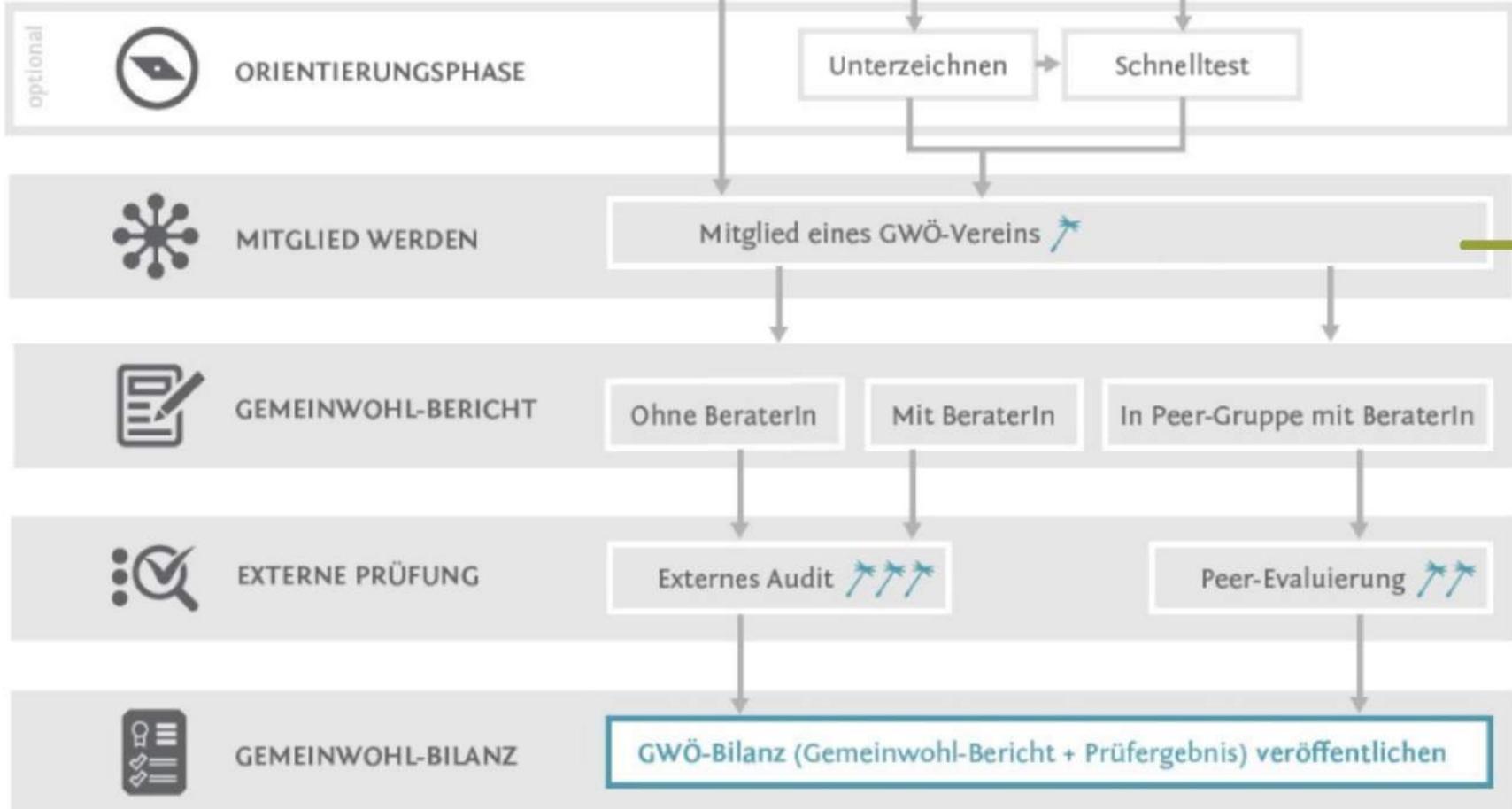
Der Bilanzierungsprozess - Wege zur Gemeinwohl-Bilanz



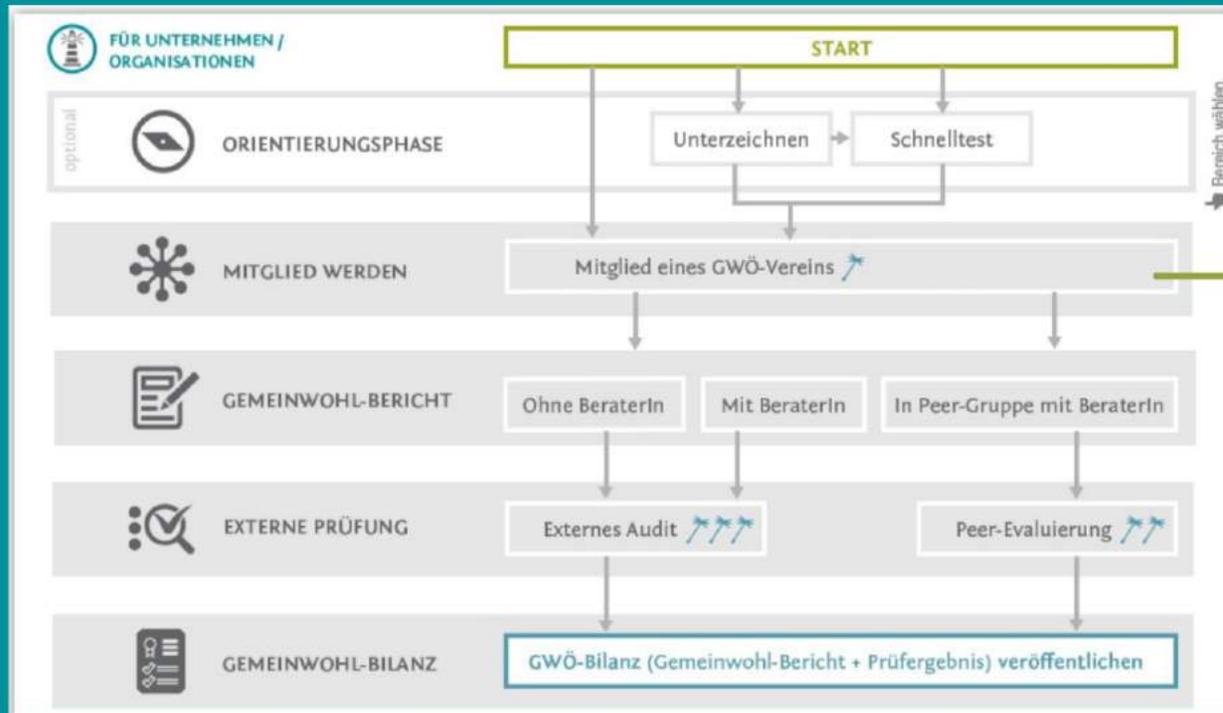
Quelle: <https://www.ecogood.org/de/unsere-arbeit/gemeinwohl-bilanz/unternehmen/>



FÜR UNTERNEHMEN /
ORGANISATIONEN

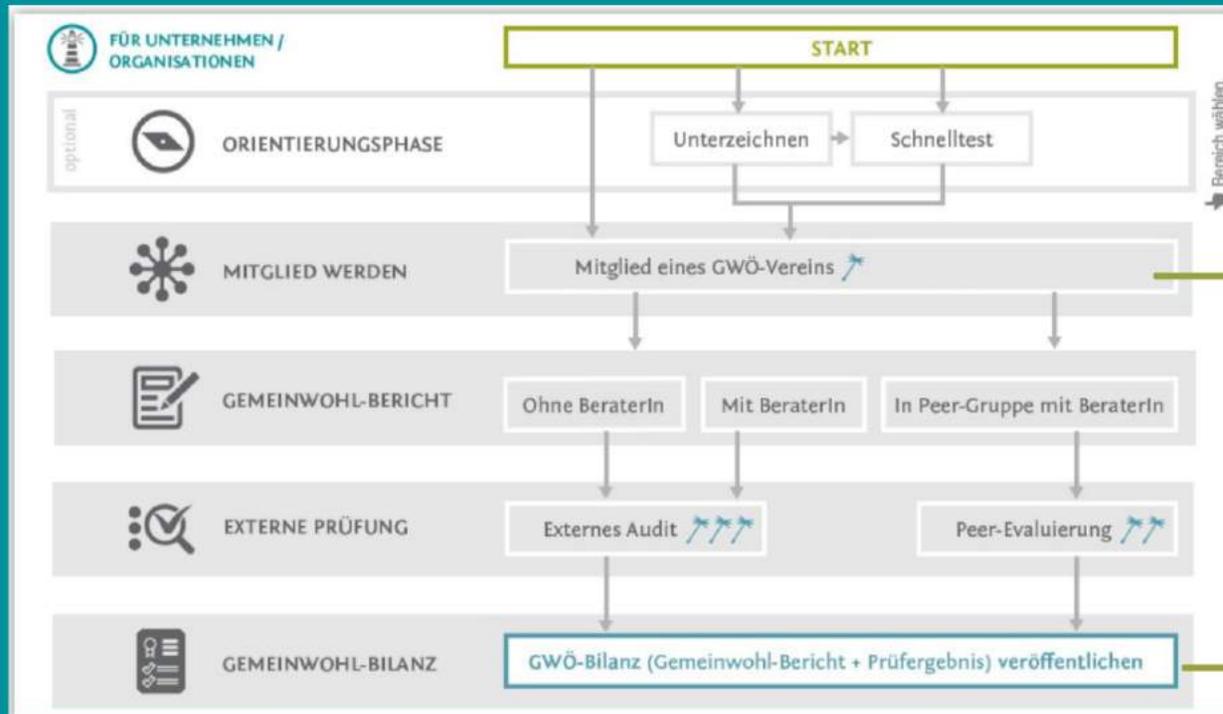


Der Bilanzierungsprozess - Wege zur Gemeinwohl-Bilanz



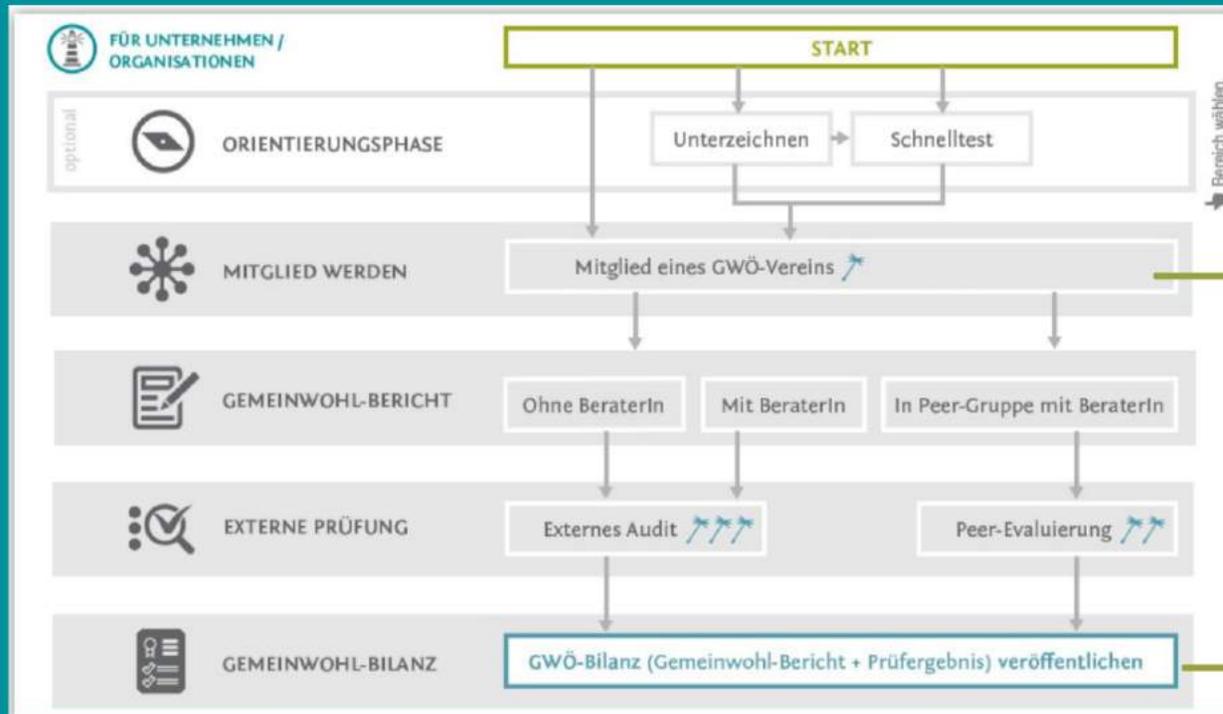
Quelle: <https://www.ecogood.org/de/unsere-arbeit/gemeinwohl-bilanz/unternehmen/>

Der Bilanzierungsprozess - Wege zur Gemeinwohl-Bilanz



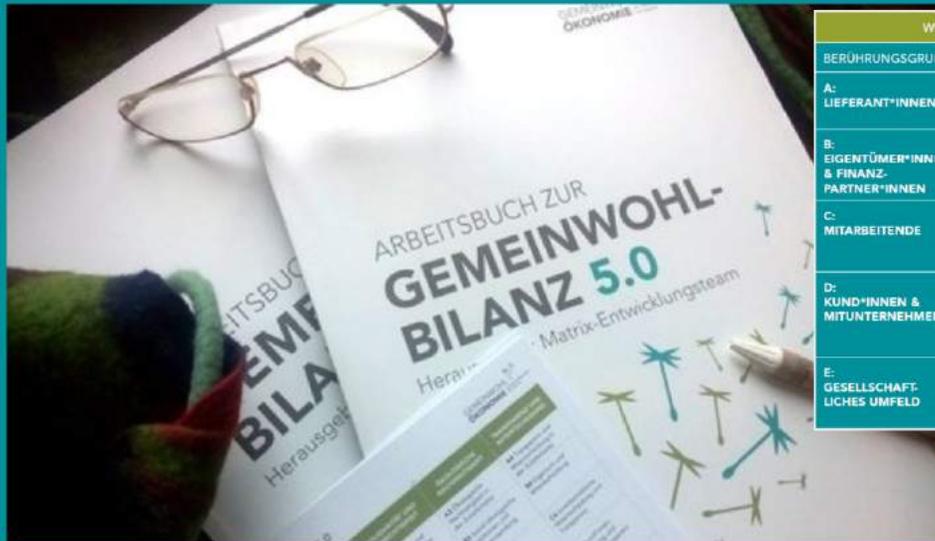
Quelle: <https://www.ecogood.org/de/unsere-arbeit/gemeinwohl-bilanz/unternehmen/>

Der Bilanzierungsprozess - Wege zur Gemeinwohl-Bilanz



Quelle: <https://www.ecogood.org/de/unsere-arbeit/gemeinwohl-bilanz/unternehmen/>

Der Bilanzierungsprozess - Das Arbeitsbuch



| WERT | MENSCHENWÜRDIGKEIT | SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT | ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT | TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG |
|---|---|---|---|---|
| BERÜHRUNGSGRUPPE | | | | |
| 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 Mitteleverwendung | 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*innenbeziehungen | D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern | 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 |

| WERT | MENSCHENWÜRDE | SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT | ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT | TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG |
|---|---|--|--|--|
| BERÜHRUNGSGRUPPE | | | | |
| 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*innenbeziehungen | 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 |

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen





ARBEITSBUCH ZUR
**GEMEINWOHL-
 BILANZ 5.0**
KOMPAKT

Herausgeber: Matrix-Entwicklungsteam

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Sinn und Zweck eines Gemeinwohl-Unternehmens ist es, ausschließlich Produkte und Dienstleistungen zu erzeugen bzw. anzubieten, die einen aktiven Beitrag zum Gemeinwohl leisten. Das bedeutet, sie sind für ein physisch und psychisch gesundes sowie einfaches (suffizientes) Leben nötig und werden sozial verträglich und ökologisch so schonend wie möglich erzeugt. Darüber hinaus bieten Gemeinwohl-Unternehmen Lösungen für die größten Herausforderungen der Menschheit, z.B. Armutsbekämpfung, hochwertige Ernährung für alle Menschen, Bildung, Gesundheit und die Lösung sozialer Missstände.

👁️ Einstiegsfrage

- In welcher Form dienen unser Produkte/Dienstleistungen dem Grundbedarf, dem persönlichen Wachstum der Menschen, der Stärkung der Gemeinschaft oder der Regeneration der Erde?

🏢 Ein GWÖ-Unternehmen ...

- leistet mit seinem Angebot einen Beitrag für das gute Leben für alle und
- deckt den Grundbedarf für möglichst viele Menschen, auch für benachteiligte, untere soziale Gruppen.
- fördert mit seinen Produkten und Dienstleistungen die Gesundheit bzw. die persönliche Entwicklung der Menschen und der Gemeinschaft.
- verzichtet auf Produkte und Dienstleistungen mit sozialen, ökologischen und gesundheitlichen Risiken.

❓ Berichtsfragen

- Welche der neuen Grundbedürfnisse (siehe unten) erfüllen die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens?
- Welche der Produkte und Dienstleistungen sind Luxusprodukte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenschädliche Produkte des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können?
- In welcher Form dienen unsere Produkte und Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?
- Welche gesellschaftlichen und ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch unseren Produkte und Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert (Orientierung an UN-Entwicklungszielen, siehe vertiefende Online-Informationen)?

📝 Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Nutzenart in Prozent des Gesamtumsatzes:

1. erfüllt Bedürfnisse
 - deckt Grundbedürfnisse (... %)
 - Statussymbol/Luxus (... %)
2. dient der Entwicklung ...
 - der Menschen (... %)
 - der Erde/Biosphäre (... %)
 - löst gesellschaftliche und ökologische Probleme laut UN-Entwicklungszielen (... %)



E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Sinn und Zweck eines Gemeinwohl-Unternehmens ist es, ausschließlich Produkte und Dienstleistungen zu erzeugen bzw. anzubieten, die einen aktiven Beitrag zum Gemeinwohl leisten. Das bedeutet, sie sind für ein physisch und psychisch gesundes sowie einfaches (suffizientes) Leben nötig und werden sozial verträglich und ökologisch so schonend wie möglich erzeugt. Darüber hinaus bieten Gemeinwohl-Unternehmen Lösungen für die größten Herausforderungen der Menschheit, z.B. Armutsbekämpfung, hochwertige Ernährung für alle Menschen, Bildung, Gesundheit und die Lösung sozialer Missstände.



Einstiegsfrage

- In welcher Form dienen unser Produkte/Dienstleistungen dem Grundbedarf, dem persönlichen Wachstum der Menschen, der Stärkung der Gemeinschaft oder der Regeneration der Erde?



Ein GWÖ-Unternehmen ...

- leistet mit seinem Angebot einen Beitrag für das gute Leben für alle und
- deckt den Grundbedarf für möglichst viele Menschen, auch für benachteiligte, untere soziale Gruppen.
- fördert mit seinen Produkten und Dienstleistungen die Gesundheit bzw. die persönliche Entwicklung der Menschen und der Gemeinschaft.
- verzichtet auf Produkte und Dienstleistungen mit sozialen, ökologischen und gesundheitlichen Risiken.



Berichtsfragen

- Welche der neuen Grundbedürfnisse (siehe unten) erfüllen die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens?
- Welche der Produkte und Dienstleistungen sind Luxusprodukte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenschädliche Produkte des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können?
- In welcher Form dienen unsere Produkte und Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?
- Welche gesellschaftlichen und ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch unseren Produkte und Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert (Orientierung an UN-Entwicklungszielen, siehe vertiefende Online-Informationen)?



Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Nutzenart in Prozent des Gesamtumsatzes:

1. erfüllt Bedürfnisse

- deckt Grundbedürfnisse (... %)
- Statussymbol/Luxus (... %)

2. dient der Entwicklung ...

- der Menschen (... %)
- der Erde/Biosphäre (... %)
- löst gesellschaftliche und ökologische Probleme laut UN-Entwicklungszielen (... %)

3. Nutzen der Produkte/Dienstleistungen:
- Mehrfachnutzen bzw. einfacher Nutzen (... %)
 - Hemmender bzw. Pseudonutzen (... %)
 - Negativnutzen (... %)

Bewertungsstufen



Vorbildlich

Ein Großteil der Produkte/Dienstleistungen löst wesentliche gesellschaftliche Probleme laut UN-Entwicklungszielen. Das Unternehmen hat innovative, visionäre Lösungen für die größten Herausforderungen der Menschheit umgesetzt.

Erfahren

Großteil der Produkte/Dienstleistungen dient darüber hinaus der Entwicklung der Gemeinschaft bzw. der Diversität der Biosphäre. Das Wissen und die Einstellung der Menschen (auch der Nicht-Kund*innen) ändern sich durch Aktivitäten des Unternehmens, es entsteht Problembewusstsein für gesellschaftliche Herausforderungen, z.B. Reparieren statt Neukauf.

Fortgeschritten

Ein Großteil der Produkte/Dienstleistungen dient darüber hinaus der gesunden Entwicklung der Menschen. Informationen über gesellschaftliche (Lösungs-) Möglichkeiten erreichen Menschen, die über die eigenen Kund*innen hinausgehen.

Erste Schritte

Produkte/Dienstleistungen erfüllen mehrheitlich Grundbedürfnisse für ein suffizientes oder gutes Leben. Eine konkrete Beschäftigung mit gravierenden sozialen und ökologischen Problemen in der Branche findet statt.

Basislinie

Sämtliche Produkte/Dienstleistungen dienen mehr dem Status als dem Grundbedarf. Noch keine konkrete Auseinandersetzung mit der gesellschaftlichen Wirkung der Produkte bzw. Dienstleistungen.



Bewertungshilfen/Interpretationen

Bei der Bewertung sind die Produkte/Dienstleistungen des Unternehmens danach einzustufen, ob diese Grundbedürfnisse für das einfache/gute Leben erfüllen oder entbehrlicher Luxus sind.

Folgende neun Bedürfnisse laut M. Max-Neef und M. Rosenberg sind als menschliche **Grundbedürfnisse** zu verstehen:

1. Lebenserhaltung/Gesundheit/Wohlbefinden
2. Schutz/Sicherheit
3. Zuneigung/Liebe
4. Verstehen/Einfühlung

5. Teilnehmen/Geborgenheit
6. Muße/Erholung
7. kreatives Schaffen
8. Identität/Sinn
9. Freiheit/Autonomie

Darüber hinaus ist die Art der Nutzenstiftung für Kund*innen zu bewerten (laut Max-Neef). Produkte/Dienstleistungen mit Mehrfachnutzen sind am höchsten zu bewerten, gefolgt von Einfachnutzen, hemmendem Nutzen und Pseudonutzen. Zum Negativnutzen siehe den Negativaspekt unten.

- a) Mehrfacher Nutzen: Das Produkt bzw. die Dienstleistung erfüllt mehrfachen positiven Nutzen, z.B. erfüllt das Stillen eines Babys dessen Grundbedürfnis nach Nahrung und auch dessen Bedürfnis nach Zuwendung.
- b) Einfacher Nutzen: Das Produkt bzw. die Dienstleistung erfüllt nur einfachen Nutzen, z.B. erfüllt eine Sportveranstaltung NUR den Nutzen einer Freizeitgestaltung.
- c) Hemmender Nutzen: TV-Sendungen beispielsweise erfüllen das Bedürfnis nach Freizeitgestaltung, können aber die Kreativität und das eigenständige Schaffen hemmen.
- d) Pseudonutzen: In der mechanistischen Medizin beispielsweise („Für jede Krankheit eine Tablette“) wird häufig nicht das Problem von Grund auf gelöst, sondern es werden nur die Symptome bekämpft, was schlimmstenfalls zur Symptomverschiebung führen kann.

- e) Negativnutzen: Hier geht es um Produkte und Dienstleistungen, die sogar die Erfüllung von Grundbedürfnissen behindern, wie z.B. Atomkraftwerke, Waffen, Spielautomaten oder Gewaltvideos.

Gesellschaftliche Herausforderungen: siehe UN-Entwicklungsziele in den vertiefenden Online-Informationen.

E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Wir bezeichnen Produkte/Dienstleistungen als menschenunwürdig, wenn sie negative Auswirkungen haben auf ...

- das Leben
- die Gesundheit von Lebewesen, sowohl physisch als auch psychisch
- die Freiheit der Menschen
- die Natur

Eine Liste der „menschenunwürdigen Produkte und Dienstleistungen“ ist in den vertiefenden Online-Informationen unter E1 nachzulesen.

? Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine der aufgelisteten menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen produziert oder verkauft werden?

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten

3. Nutzen der Produkte/Dienstleistungen:

- Mehrfachnutzen bzw. einfacher Nutzen (... %)
- Hemmender bzw. Pseudonutzen (... %)
- Negativnutzen (... %)

Bewertungsstufen



Vorbildlich

Ein Großteil der Produkte/Dienstleistungen löst wesentliche gesellschaftliche Probleme laut UN-Entwicklungszielen.
Das Unternehmen hat innovative, visionäre Lösungen für die größten Herausforderungen der Menschheit umgesetzt.

Erfahren

Großteil der Produkte/Dienstleistungen dient darüber hinaus der Entwicklung der Gemeinschaft bzw. der Diversität der Biosphäre.
Das Wissen und die Einstellung der Menschen (auch der Nicht-Kund*innen) ändern sich durch Aktivitäten des Unternehmens, es entsteht Problembewusstsein für gesellschaftliche Herausforderungen, z.B. Reparieren statt Neukauf.

Fortgeschritten

Ein Großteil der Produkte/Dienstleistungen dient darüber hinaus der gesunden Entwicklung der Menschen.
Informationen über gesellschaftliche (Lösungs-) Möglichkeiten erreichen Menschen, die über die eigenen Kund*innen hinausgehen.

Erste Schritte

Produkte/Dienstleistungen erfüllen mehrheitlich Grundbedürfnisse für ein suffizientes oder gutes Leben.
Eine konkrete Beschäftigung mit gravierenden sozialen und ökologischen Problemen in der Branche findet statt.

Basislinie

Sämtliche Produkte/Dienstleistungen dienen mehr dem Status als dem Grundbedarf.
Noch keine konkrete Auseinandersetzung mit der gesellschaftlichen Wirkung der Produkte bzw. Dienstleistungen.

E1 N Dien

Wir be-
zugen

- das L
- die G

wicklung der Menschen.

Informationen über gesellschaftliche (Lösungs-) Möglichkeiten erreichen Menschen, die über die eigenen Kund*innen hinausgehen.

Erste Schritte

Produkte/Dienstleistungen erfüllen mehrheitlich Grundbedürfnisse für ein suffizientes oder gutes Leben.

Eine konkrete Beschäftigung mit gravierenden sozialen und ökologischen Problemen in der Branche findet statt.

Basislinie

Sämtliche Produkte/Dienstleistungen dienen mehr dem Status als dem Grundbedarf.

Noch keine konkrete Auseinandersetzung mit der gesellschaftlichen Wirkung der Produkte bzw. Dienstleistungen.



Bewertungshilfen/Interpretationen

Bei der Bewertung sind die Produkte/Dienstleistungen des Unternehmens danach einzustufen, ob diese Grundbedürfnisse für das einfache/gute Leben erfüllen oder entbehrlicher Luxus sind.

Folgende neun Bedürfnisse laut M. Max-Neef und M. Rosenberg sind als menschliche **Grundbedürfnisse** zu verstehen:

1. Lebenserhaltung/Gesundheit/Wohlbefinden
2. Schutz/Sicherheit
3. Zuneigung/Liebe
4. Verstehen/Einfühlung

E1 N Dien

Wir bez
kungen

- das L
- die C
- die F
- die N

Eine Lis
Online-



5. Teilnehmen/Geborgenheit
6. MüÙe/Erholung
7. kreatives Schaffen
8. Identität/Sinn
9. Freiheit/Autonomie

Darüber hinaus ist die Art der Nutzenstiftung für Kund*innen zu bewerten (laut Max-Neef). Produkte/Dienstleistungen mit Mehrfachnutzen sind am höchsten zu bewerten, gefolgt von Einfachnutzen, hemmendem Nutzen und Pseudonutzen. Zum Negativnutzen siehe den Negativaspekt unten.

a) Mehrfacher Nutzen: Das Produkt bzw. die Dienstleistung erfüllt mehrfachen positiven Nutzen, z.B. erfüllt das Stillen eines Babys dessen Grundbedürfnis nach Nahrung und auch dessen Bedürfnis nach Zuwendung.

b) Einfacher Nutzen: Das Produkt bzw. die Dienstleistung erfüllt nur einfachen Nutzen, z.B. erfüllt eine Sportveranstaltung NUR den Nutzen einer Freizeitgestaltung.

c) Hemmender Nutzen: TV-Sendungen beispielsweise erfüllen das Bedürfnis nach Freizeitgestaltung, können aber die Kreativität und das eigenständige Schaffen hemmen.

d) Pseudonutzen: In der mechanistischen Medizin beispielsweise („Für jede Krankheit eine Tablette“) wird häufig nicht das Problem von Grund auf gelöst, sondern es werden nur die Symptome bekämpft, was schlimmstenfalls zur Symptomverschiebung führen kann.

e) Negativnutzen: Hier geht es um Produkte und Dienstleistungen, die sogar die Erfüllung von Grundbedürfnissen behindern, wie z.B. Atomkraftwerke, Waffen, Spielautomaten oder Gewaltvideos.

Gesellschaftliche Herausforderungen: siehe UN-Entwicklungsziele in den vertiefenden Online-Informationen.

E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und

oder

Online-Informationen.

in der

kte

h ein-
r ent-

nliche

E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Wir bezeichnen Produkte/Dienstleistungen als menschenunwürdig, wenn sie negative Auswirkungen haben auf ...

- das Leben
- die Gesundheit von Lebewesen, sowohl physisch als auch psychisch
- die Freiheit der Menschen
- die Natur

Eine Liste der „menschenunwürdigen Produkte und Dienstleistungen“ ist in den vertiefenden Online-Informationen unter E1 nachzulesen.

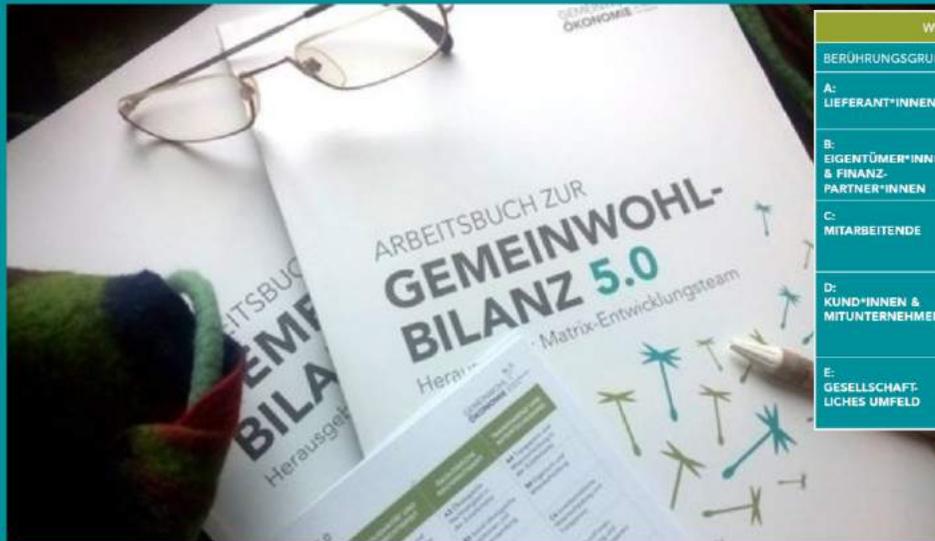


Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine der aufgelisteten menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen produziert oder verkauft werden?

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten

Der Bilanzierungsprozess - Das Arbeitsbuch



| WERT | MENSCHENWÜRDIGKEIT | SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT | ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT | TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG |
|---|---|---|---|---|
| BERÜHRUNGSGRUPPE | | | | |
| 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 Mitteleverwendung | 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*innenbeziehungen | D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern | 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 |

Der Bilanzierungsprozess - Der Nutzen



In der Organisation

- Ganzheitliches Bewusstsein für Nachhaltigkeit
- Ethische Weiterentwicklung
- Mitarbeiter*innen-Motivation
- Innovationsimpulse



"am Markt"

- Ethischer Kompass
- Vernetzung & Kooperation
- Sichtbarkeit & Transparenz
- (Zukünftig) rechtliche Vorteile



Für die Gesellschaft

- "Sinnvolles Wirtschaften"
- Faire und nachhaltige Produkte
- Erhalt von Natur und Umwelt
- "Pionier des sozial-ökologischen Wandels"

Der Bilanzierungsprozess - Der Nutzen

17 Ziele für nachhaltige Entwicklung



Quelle: www.bundesregierung.de

Der Bilanzierungsprozess - Der Nutzen

Punkten fürs Gemeinwohl und die SDGs

| | Menschenwürde | Solidarität und Gerechtigkeit | ökologische Nachhaltigkeit | Transparenz und Mitentscheidung |
|--|---|---|---|---|
| Lieferant*innen | Menschenwürde in der Zulieferkette A1 | Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette A2 | Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette A3 | Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette A4 |
| Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen | Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln B1 | Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln B2 | Sozialökologische Investitionen und Mittelverwendung B3 | Eigentum und Mitentscheidung B4 |
| Mitarbeitende | Menschenwürde am Arbeitsplatz C1 | Ausgestaltung der Arbeitsverträge C2 | Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden C3 | Innerbetriebliche Transparenz und Mitentscheidung C4 |
| Kund*innen und Mitunternehmen | Ethische Kund*innenbeziehungen D1 | Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen D2 | Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen D3 | Mitwirkung der Kund*innen und Produkttransparenz D4 |
| Gesellschaftliches Umfeld | Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen E1 | Beitrag zum Gemeinwesen E2 | Reduktion ökologischer Auswirkungen E3 | Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung E4 |

Stand Juli 2019 - Herausgeber: Monarchic Management Practices gGmbH - Autoren: Matthias Rapp, Bernd Heffelen - Gestaltung: Lotz Dadek, workzwei.de - Creative-Commons-Lizenz: Dieses Material steht unter der Creative-Commons-Lizenz Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International. Um eine Kopie dieser Lizenz zu sehen, besuchen Sie <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>.

Punkten fürs Gemeinwohl und die SDGs

| | Menschenwürde | Solidarität und Gerechtigkeit | ökologische Nachhaltigkeit | Transparenz und Mitentscheidung |
|--|--|--|--|--|
| Lieferant*innen | Menschenwürde in der Zulieferkette A1 | Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette A2 | Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette A3 | Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette A4 |
| Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen | Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln B1 | Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln B2 | Sozialökologische Investitionen und Mittelverwendung B3 | Eigentum und Mitentscheidung B4 |
| Mitarbeitende | Menschenwürde am Arbeitsplatz C1 | Ausgestaltung der Arbeitsverträge C2 | Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden C3 | Innerbetriebliche Transparenz und Mitentscheidung C4 |
| Kund*innen und Mitunternehmen | Ethische Kund*innenbeziehungen D1 | Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen D2 | Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen D3 | Mitwirkung der Kund*innen und Produkttransparenz D4 |
| Gesellschaftliches Umfeld | Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen E1 | Beitrag zum Gemeinwesen E2 | Reduktion ökologischer Auswirkungen E3 | Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung E4 |

Stand Juli 2019 - Herausgeber: Humanistic Management Practices gGmbH - Autoren: Matthias Kasper, Gerd Hofien - Gestaltung: Lutz Dudek, werkwei.de - Creative-Commons-Lizenz: Dieses Material steht unter der Creative-Commons-Lizenz Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International. Um eine Kopie dieser Lizenz zu sehen, besuchen Sie <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

Der Bilanzierungsprozess - Der Nutzen

Punkten fürs Gemeinwohl und die SDGs

| | Menschenwürde | Solidarität und Gerechtigkeit | ökologische Nachhaltigkeit | Transparenz und Mitentscheidung |
|--|---|---|---|---|
| Lieferant*innen | Menschenwürde in der Zulieferkette A1 | Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette A2 | Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette A3 | Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette A4 |
| Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen | Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln B1 | Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln B2 | Sozialökologische Investitionen und Mittelverwendung B3 | Eigentum und Mitentscheidung B4 |
| Mitarbeitende | Menschenwürde am Arbeitsplatz C1 | Ausgestaltung der Arbeitsverträge C2 | Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden C3 | Innerbetriebliche Transparenz und Mitentscheidung C4 |
| Kund*innen und Mitunternehmen | Ethische Kund*innenbeziehungen D1 | Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen D2 | Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen D3 | Mitwirkung der Kund*innen und Produkttransparenz D4 |
| Gesellschaftliches Umfeld | Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen E1 | Beitrag zum Gemeinwesen E2 | Reduktion ökologischer Auswirkungen E3 | Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung E4 |

Stand Juli 2019 - Herausgeber: Nonprofit Management Praxis gGmbH - Autoren: Matthias Rapp, Sord Heffelen - Gestaltung: Lutz Dadek, workzwei.de - Creative-Commons-Lizenz: Dieses Material steht unter der Creative-Commons-Lizenz Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International. Um eine Kopie dieser Lizenz zu sehen, besuchen Sie <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>.

Der Bilanzierungsprozess - Der Nutzen

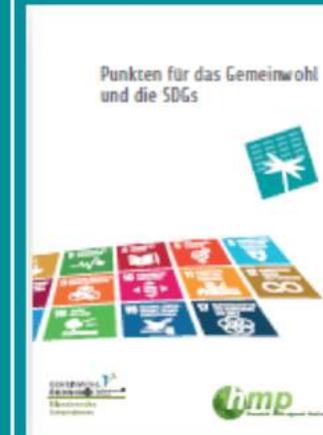
Punkten fürs Gemeinwohl und die SDGs

| | Menschenwürde | Solidarität und Gerechtigkeit | ökologische Nachhaltigkeit | Transparenz und Mitentscheidung |
|--|---|--|--|---|
| Lieferant*innen | Menschenwürde in der Lieferkette A1 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 10, 11 | Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette A2 1, 2, 3, 4, 10, 12 | Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette A3 6, 7, 12, 13, 14, 15, 16 | Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette A4 10 |
| Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen | Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln B1 8 | Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln B2 1, 8 | Sozialökologische Investitionen und Mittelverwendung B3 3, 6, 7, 8, 9, 11, 13, 14, 15, 16 | Eigentum und Mitentscheidung B4 10, 16 |
| Mitarbeitende | Menschenwürde am Arbeitsplatz C1 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12 | Ausgestaltung der Arbeitsverträge C2 1, 3, 5, 6, 8 | Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden C3 3, 6, 7, 12, 13, 14, 15, 16 | Innerbetriebliche Transparenz und Mitentscheidung C4 10 |
| Kund*innen und Mitunternehmen | Ethische Kund*innenbeziehungen D1 10, 12 | Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen D2 9, 17 | Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen D3 6, 7, 12, 13, 14, 15, 16 | Mitwirkung der Kund*innen und Produkttransparenz D4 12 |
| Gesellschaftliches Umfeld | Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen E1 3, 10, 12 | Beitrag zum Gemeinwesen E2 8, 9, 10, 11, 16, 17 | Reduktion ökologischer Auswirkungen E3 3, 6, 7, 12, 13, 14, 15, 17 | Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung E4 10, 16, 17 |

Stand Juli 2019 - Herausgeber: Nonprofit Management Praxis gGmbH - Autoren: Matthias Rapp, Sord Heffelen - Gestaltung: Lutz Dadek, workzwei.de - Creative-Commons-Lizenz: Dieses Material steht unter der Creative-Commons-Lizenz Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International. Um eine Kopie dieser Lizenz zu sehen, besuchen Sie <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>.

Ab Mitte September verfügbar unter:

<https://gwoe.17plus.org>



Der Bilanzierungsprozess - Arbeitsmaterialien

Alle Infos und Arbeitsmaterialien stehen euch open source auf der GWÖ-Website zur Verfügung:

<https://www.ecogood.org/de/unsere-arbeit/gemeinwohl-bilanz/gemeinwohl-matrix/arbeitsmaterialien/>

<https://www.ecogood.org/de/unsere-arbeit/gemeinwohl-bilanz/>



Die Gemeinwohl-Bilanz - Bsp. VAUDE

| AUDIT CERTIFICATE | | FULL BALANCE SHEET | | Common Good Balance Sheet: 2016-2017 | | for: VAUDE Sport GmbH & Co. KG | | Auditor: Manfred Kofranek und Gitta Walchner | |
|---|--|--------------------|---|--------------------------------------|---|--------------------------------|--|--|--------------------------|
| VALUE | HUMAN DIGNITY | | SOLIDARITY AND SOCIAL JUSTICE | | ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY | | TRANSPARENCY AND CO-DETERMINATION | | |
| STAKEHOLDER | | | | | | | | | |
| A: SUPPLIERS | A1 Human dignity in the supply chain | 80 % | A2 Solidarity and social justice in the supply chain | 60 % | A3 Environmental sustainability in the supply chain | 70 % | A4 Transparency and co-determination in the supply chain | 60 % | |
| B: OWNERS, EQUITY- AND FINANCIAL SERVICE PROVIDERS | B1 Ethical position in relation to financial resources | 30 % | B2 Social position in relation to financial resources | 60 % | B3 Use of funds in relation to social and environmental impacts | 80 % | B4 Ownership and co-determination | 10 % | |
| C: EMPLOYEES, INCLUDING CO-WORKING EMPLOYERS | C1 Human dignity in the workplace and working environment | 70 % | C2 Self-determined working arrangements | 40 % | C3 Environmentally-friendly behaviour of staff | 80 % | C4 Co-determination and transparency within the organisation | 50 % | |
| D: CUSTOMERS AND OTHER COMPANIES | D1 Ethical customer relations | 50 % | D2 Cooperation and solidarity with other companies | 40 % | D3 Impact on the environment of the use and disposal of products and services | 70 % | D4 Customer participation and product transparency | 60 % | |
| E: SOCIAL ENVIRONMENT | E1 Purpose of products and services and their effects on society | 60 % | E2 Contribution to the community | 80 % | E3 Reduction of environmental impact | 80 % | E4 Social co-determination and transparency | 80 % | |
| | | | | | | | Certificate valid until: | 31 March 2020 | BALANCE TOTAL 631 |

This certifies the audit of the Common Good Report. The certificate relates to the Common Good Balance Sheet 5.0. For more information on the matrix, the indicators and the audit system, go to www.eco-good.org

Quelle: <https://nachhaltigkeitsbericht.vaude.com>

AUDIT CERTIFICATE

FULL BALANCE SHEET

Common Good Balance Sheet:
2016-2017

for: VAUDE Sport GmbH & Co. KG
Auditor: Manfred Kofranek und Gitta Walchner

| VALUE | | | | |
|---|--|---|---|--|
| STAKEHOLDER | HUMAN DIGNITY | SOLIDARITY AND SOCIAL JUSTICE | ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY | TRANSPARENCY AND CO-DETERMINATION |
| A: SUPPLIERS | A1 Human dignity in the supply chain 80 % | A2 Solidarity and social justice in the supply chain 60 % | A3 Environmental sustainability in the supply chain 70 % | A4 Transparency and co-determination in the supply chain 60 % |
| B: OWNERS, EQUITY- AND FINANCIAL SERVICE PROVIDERS | B1 Ethical position in relation to financial resources 30 % | B2 Social position in relation to financial resources 60 % | B3 Use of funds in relation to social and environmental impacts 80 % | B4 Ownership and co-determination 10 % |
| C: EMPLOYEES, INCLUDING CO-WORKING EMPLOYERS | C1 Human dignity in the workplace and working environment 70 % | C2 Self-determined working arrangements 40 % | C3 Environmentally-friendly behaviour of staff 80 % | C4 Co-determination and transparency within the organisation 50 % |
| D: CUSTOMERS AND OTHER COMPANIES | D1 Ethical customer relations 50 % | D2 Cooperation and solidarity with other companies 40 % | D3 Impact on the environment of the use and disposal of products and services 70 % | D4 Customer participation and product transparency 60 % |
| E: SOCIAL ENVIRONMENT | E1 Purpose of products and services and their effects on society 60 % | E2 Contribution to the community 80 % | E3 Reduction of environmental impact 80 % | E4 Social co-determination and transparency 80 % |

Certificate valid until: 31 March 2020 **BALANCE TOTAL 631**

This certifies the audit of the Common Good Report. The certificate relates to the Common Good Balance Sheet 5.0. For more information on the matrix, the indicators and the audit system, go to www.ecogood.org

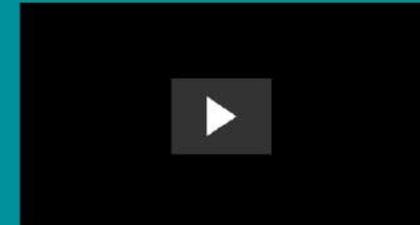
Quelle: <https://nachhaltigkeitsbericht.vaude.com>

Die Gemeinwohl-Bilanz - Bsp. VAUDE

| AUDIT CERTIFICATE | | FULL BALANCE SHEET | | Common Good Balance Sheet: 2016-2017 | | for: VAUDE Sport GmbH & Co. KG | | Auditor: Manfred Kofranek und Gitta Walchner | |
|---|--|--------------------|---|--------------------------------------|---|--------------------------------|--|--|--------------------------|
| VALUE | HUMAN DIGNITY | | SOLIDARITY AND SOCIAL JUSTICE | | ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY | | TRANSPARENCY AND CO-DETERMINATION | | |
| STAKEHOLDER | | | | | | | | | |
| A: SUPPLIERS | A1 Human dignity in the supply chain | 80 % | A2 Solidarity and social justice in the supply chain | 60 % | A3 Environmental sustainability in the supply chain | 70 % | A4 Transparency and co-determination in the supply chain | 60 % | |
| B: OWNERS, EQUITY- AND FINANCIAL SERVICE PROVIDERS | B1 Ethical position in relation to financial resources | 30 % | B2 Social position in relation to financial resources | 60 % | B3 Use of funds in relation to social and environmental impacts | 80 % | B4 Ownership and co-determination | 10 % | |
| C: EMPLOYEES, INCLUDING CO-WORKING EMPLOYERS | C1 Human dignity in the workplace and working environment | 70 % | C2 Self-determined working arrangements | 40 % | C3 Environmentally-friendly behaviour of staff | 80 % | C4 Co-determination and transparency within the organisation | 50 % | |
| D: CUSTOMERS AND OTHER COMPANIES | D1 Ethical customer relations | 50 % | D2 Cooperation and solidarity with other companies | 40 % | D3 Impact on the environment of the use and disposal of products and services | 70 % | D4 Customer participation and product transparency | 60 % | |
| E: SOCIAL ENVIRONMENT | E1 Purpose of products and services and their effects on society | 60 % | E2 Contribution to the community | 80 % | E3 Reduction of environmental impact | 80 % | E4 Social co-determination and transparency | 80 % | |
| | | | | | | | Certificate valid until: | 31 March 2020 | BALANCE TOTAL 631 |

This certifies the audit of the Common Good Report. The certificate relates to the Common Good Balance Sheet 5.0. For more information on the matrix, the indicators and the audit system, go to www.ecogood.org

Quelle: <https://nachhaltigkeitsbericht.vaude.com>







Die GWÖ heute

Unternehmen & Organisationen

GREENPEACE



Mehr als 2.000 unterstützende Organisationen

Mehr als 400 Gemeinwohl-bilanzierende Unternehmen

Gemeinden, Regionen & Aktive

ca. 5.600
Referent*innen,
Auditor*innen & Aktive



Gemeinde Sevilla

ca. 100 Politiker*innen



Region Valencia



Europäischer Wirtschafts- und Sozialausschuss (EWSA)

"Im Einklang mit der Europa-2020-Strategie soll der Aufbruch zu einer europäischen ethischen Markt-wirtschaft erfolgen, die soziale Innovationen, Beschäftigung und Umwelt fördert." (EWSA, 2015)

"Nach Auffassung des EWSA sollte das Gemeinwohl-Ökonomie-Modell sowohl in den europäischen als auch in den einzel-staatlichen Rechtsrahmen integriert werden." (EWSA, 2015)

Unternehmen & Organisationen

GREENPEACE

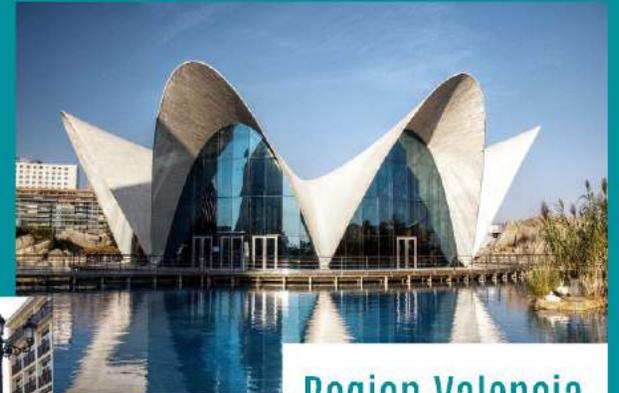


Mehr als 2.000 unterstützende Organisationen

Mehr als 400 Gemeinwohl-bilanzierende Unternehmen

Gemeinden, Regionen & Aktive

ca. 5.600
Referent*innen,
Auditor*innen & Aktive



Region Valencia



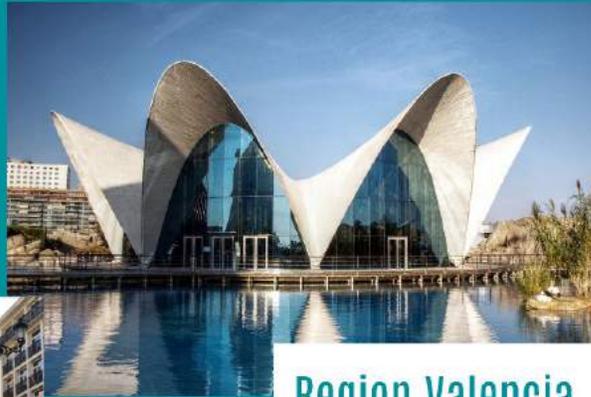
Gemeinde Sevilla

ca. 100 Politiker*innen



Gemeinden, Regionen & Aktive

ca. 5.600
Referent*innen,
Auditor*innen & Aktive



Region Valencia



Gemeinde Sevilla

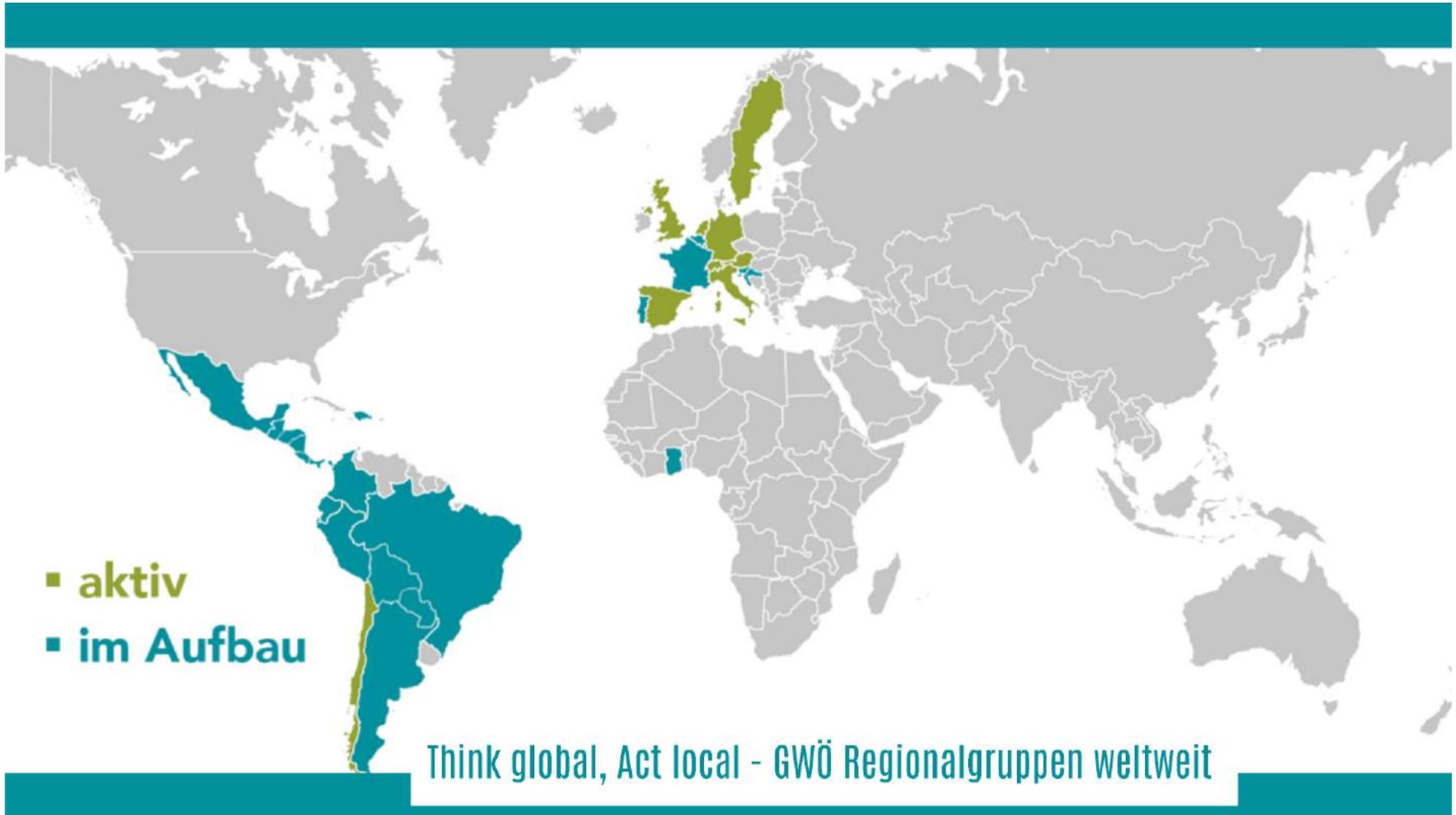
ca. 100 Politiker*innen



Europäischer Wirtschafts- und Sozialausschuss (EWSA)

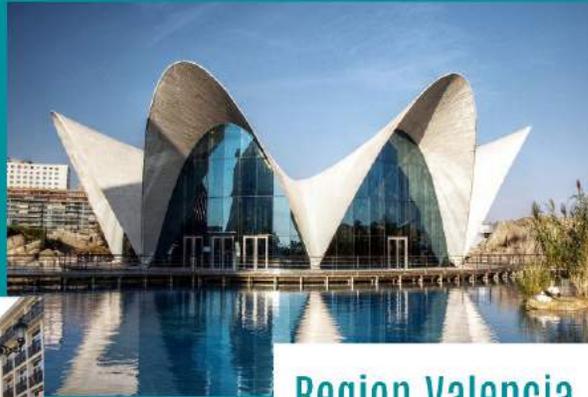
"Im Einklang mit der Europa-2020-Strategie soll der Aufbruch zu einer europäischen ethischen Markt-wirtschaft erfolgen, die soziale Innovationen, Beschäftigung und Umwelt fördert." (EWSA, 2015)

"Nach Auffassung des EWSA sollte das Gemeinwohl-Ökonomie-Modell sowohl in den europäischen als auch in den einzel-staatlichen Rechtsrahmen integriert werden." (EWSA, 2015)



Gemeinden, Regionen & Aktive

ca. 5.600
Referent*innen,
Auditor*innen & Aktive



Region Valencia



Gemeinde Sevilla

ca. 100 Politiker*innen



Europäischer Wirtschafts- und Sozialausschuss (EWSA)

"Im Einklang mit der Europa-2020-Strategie soll der Aufbruch zu einer europäischen ethischen Markt-wirtschaft erfolgen, die soziale Innovationen, Beschäftigung und Umwelt fördert." (EWSA, 2015)

"Nach Auffassung des EWSA sollte das Gemeinwohl-Ökonomie-Modell sowohl in den europäischen als auch in den einzel-staatlichen Rechtsrahmen integriert werden." (EWSA, 2015)

Die GWÖ heute

Unternehmen & Organisationen

GREENPEACE



Mehr als 2.000 unterstützende Organisationen

Mehr als 400 Gemeinwohl-bilanzierende Unternehmen

Gemeinden, Regionen & Aktive

ca. 5.600
Referent*innen,
Auditor*innen & Aktive



Gemeinde Sevilla

ca. 100 Politiker*innen



Region Valencia



Europäischer Wirtschafts- und Sozialausschuss (EWSA)

"Im Einklang mit der Europa-2020-Strategie soll der Aufbruch zu einer europäischen ethischen Markt-wirtschaft erfolgen, die soziale Innovationen, Beschäftigung und Umwelt fördert." (EWSA, 2015)

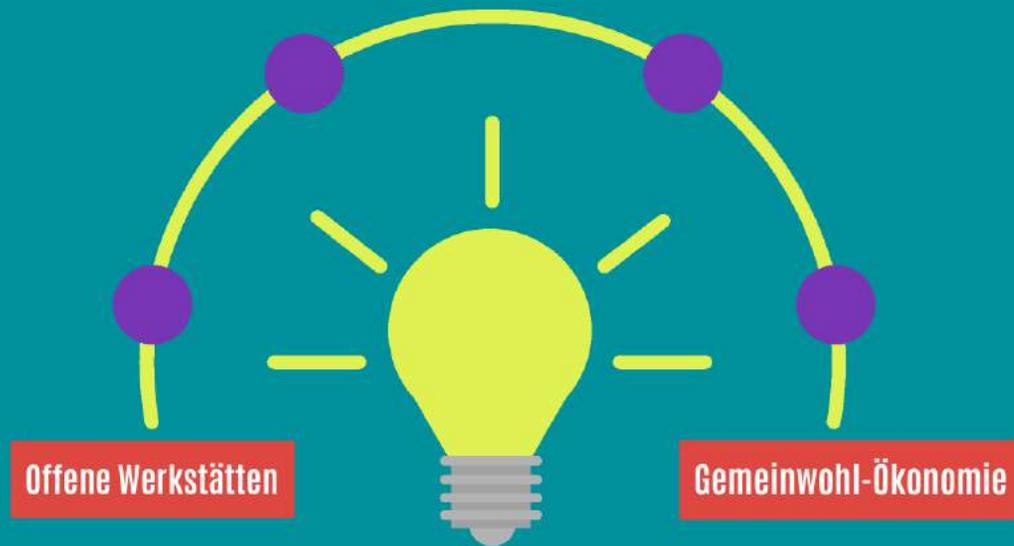
"Nach Auffassung des EWSA sollte das Gemeinwohl-Ökonomie-Modell sowohl in den europäischen als auch in den einzel-staatlichen Rechtsrahmen integriert werden." (EWSA, 2015)



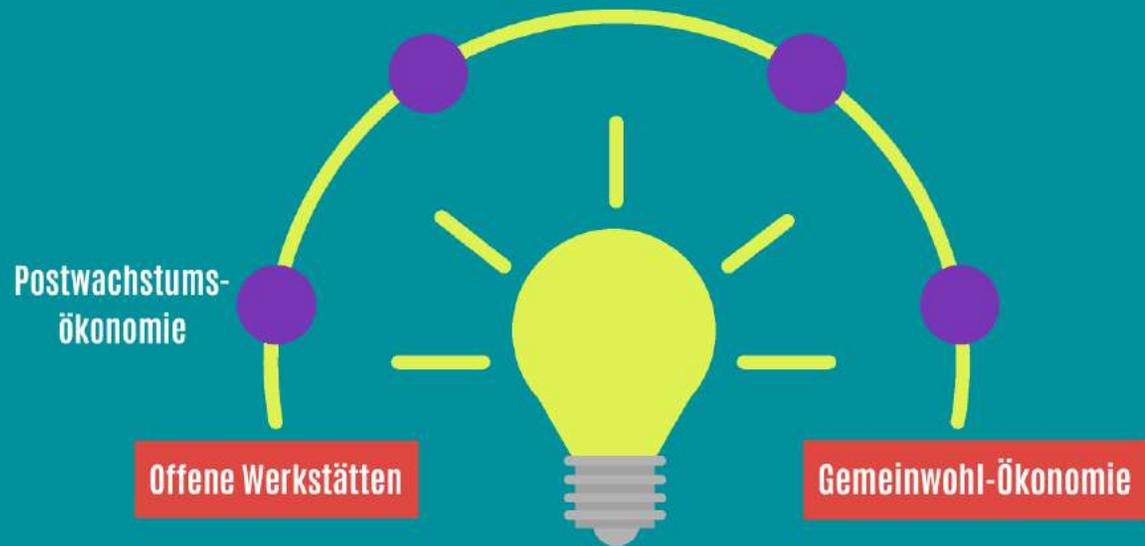
GWÖ & offene Werkstätten



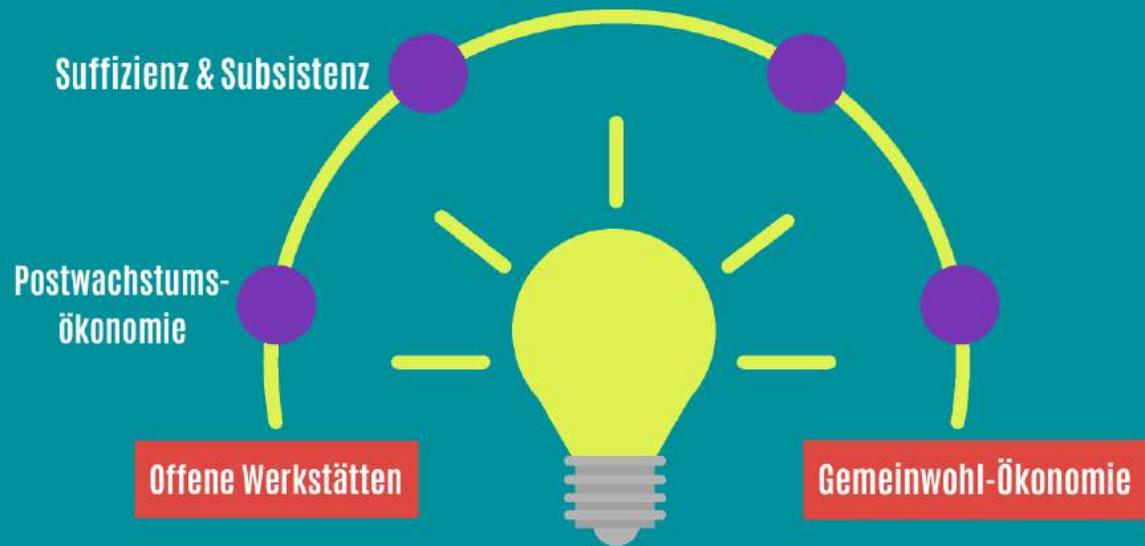
GWÖ & offene Werkstätten - Anknüpfungspunkte



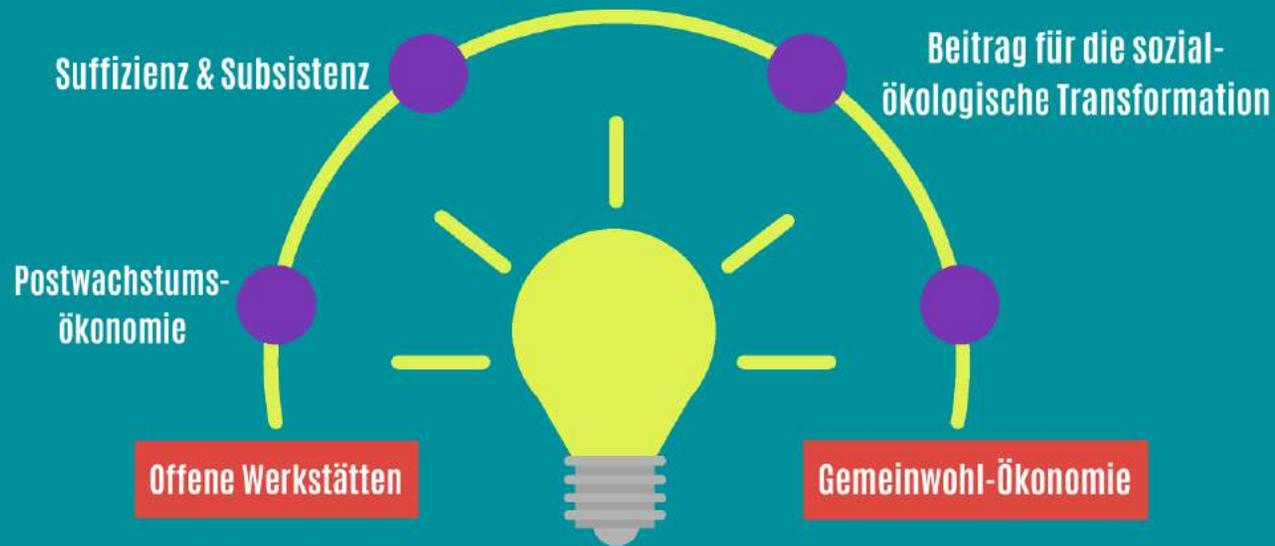
GWÖ & offene Werkstätten - Anknüpfungspunkte



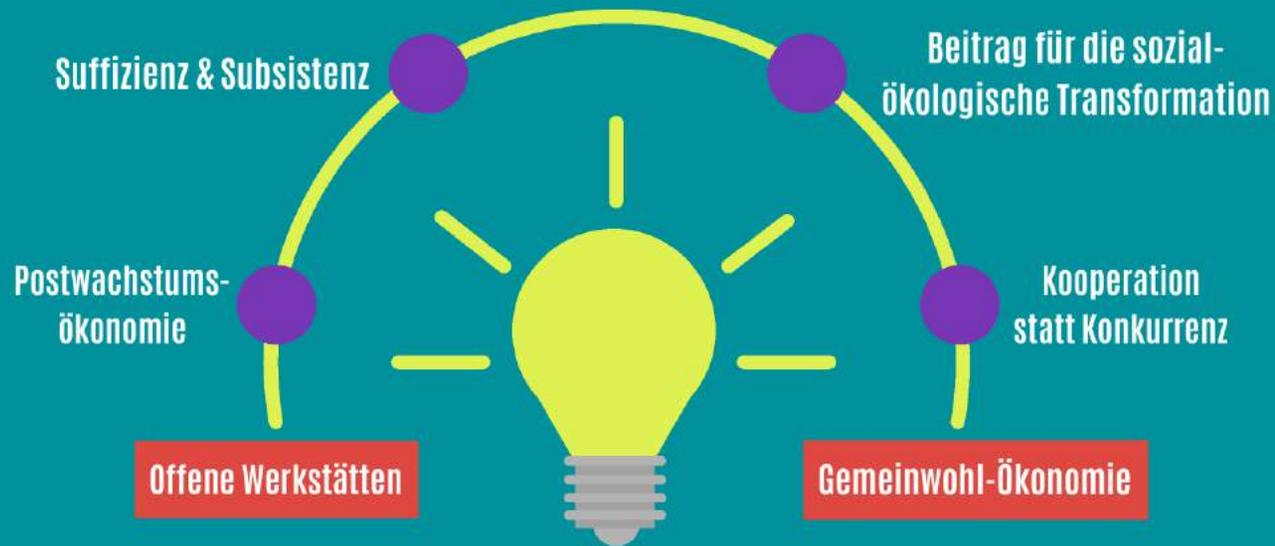
GWÖ & offene Werkstätten - Anknüpfungspunkte



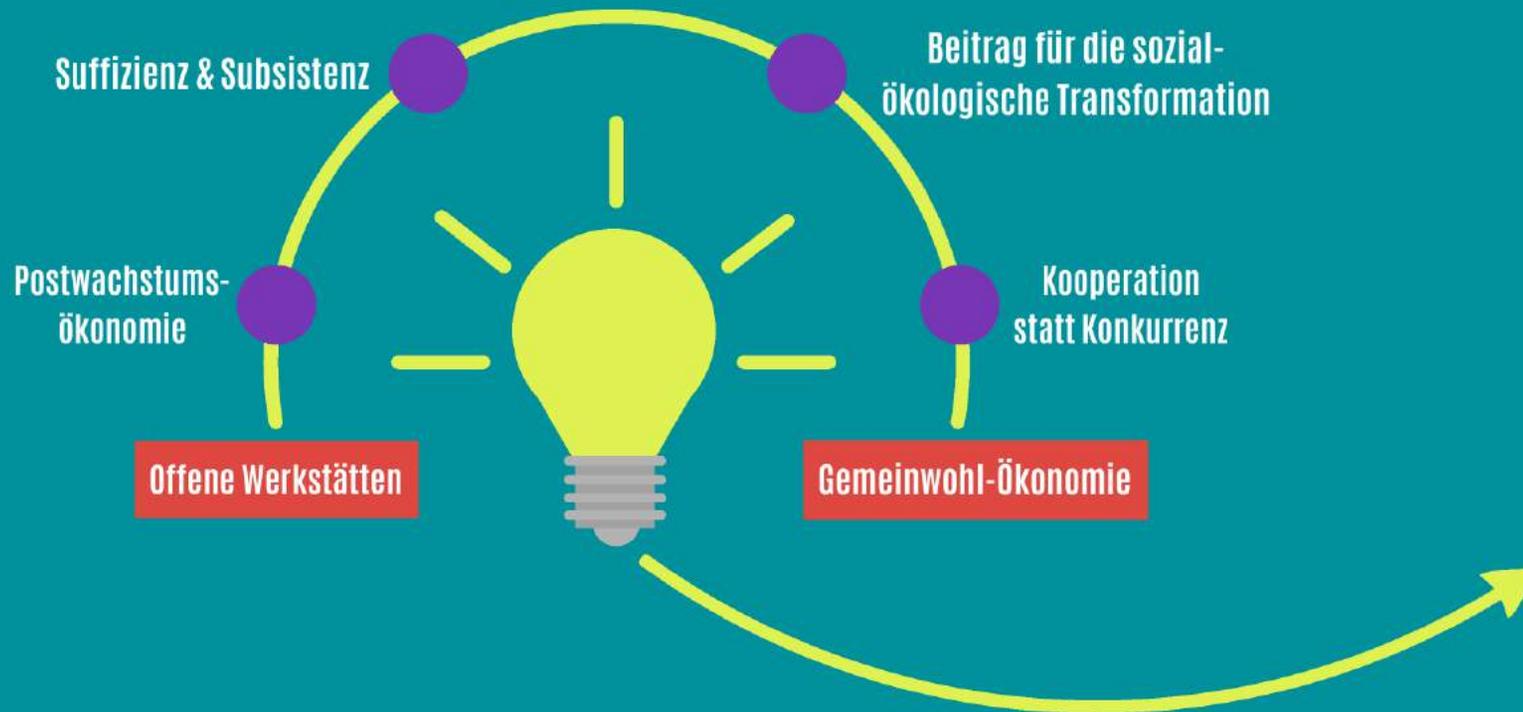
GWÖ & offene Werkstätten - Anknüpfungspunkte



GWÖ & offene Werkstätten - Anknüpfungspunkte



GWÖ & offene Werkstätten - Anknüpfungspunkte



GWÖ & offene Werkstätten - Anknüpfungspunkte



Alle wichtigen Links im Überblick

GWÖ-Allgemein

<https://www.ecogood.org/de/>

Gemeinwohl-Bilanz

<https://www.ecogood.org/de/unsere-arbeit/gemeinwohl-bilanz/>

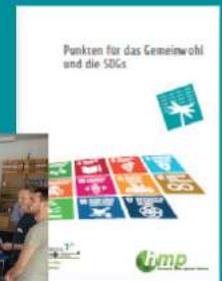
<https://www.ecogood.org/de/unsere-arbeit/gemeinwohl-bilanz/gemeinwohl-matrix/arbeitsmaterialien/>

GWÖ & SDGs

<https://gwoe.17plus.org>

GWÖ-Bildungsmaterialien

<https://www.ecogood.org/de/ak-bildung/>



Für weitere Fragen...



Matthias Kasper

Referent für die Gemeinwohl-Ökonomie

E-Mail: matthias.kasper89@gmail.com

matthias.kasper@ecogood.org

Für weitere Fragen...



Matthias Kasper

Referent für die Gemeinwohl-Ökonomie

E-Mail: matthias.kasper89@gmail.com

matthias.kasper@ecogood.org

Martin von Hobbyhimmel

...hat mit der Stuttgarter offenen Werkstatt "Hobbyhimmel" bereits eine Gemeinwohl-Bilanz im Peer-Prozess erstellt und steht euch gerne für spezielle Fragen im Kontext von GWÖ und OW zur Verfügung.

E-Mail: martin@hobbyhimmel.de

Für weitere Fragen...



Matthias Kasper

Referent für die Gemeinwohl-Ökonomie

E-Mail: matthias.kasper89@gmail.com

matthias.kasper@ecogood.org

Martin von Hobbyhimmel

...hat mit der Stuttgarter offenen Werkstatt "Hobbyhimmel" bereits eine Gemeinwohl-Bilanz im Peer-Prozess erstellt und steht euch gerne für spezielle Fragen im Kontext von GWÖ und OW zur Verfügung.

E-Mail: martin@hobbyhimmel.de



Diskussion & Feedback



