

forum 1.5 Impulse zum nachhaltigen Wirtschaften

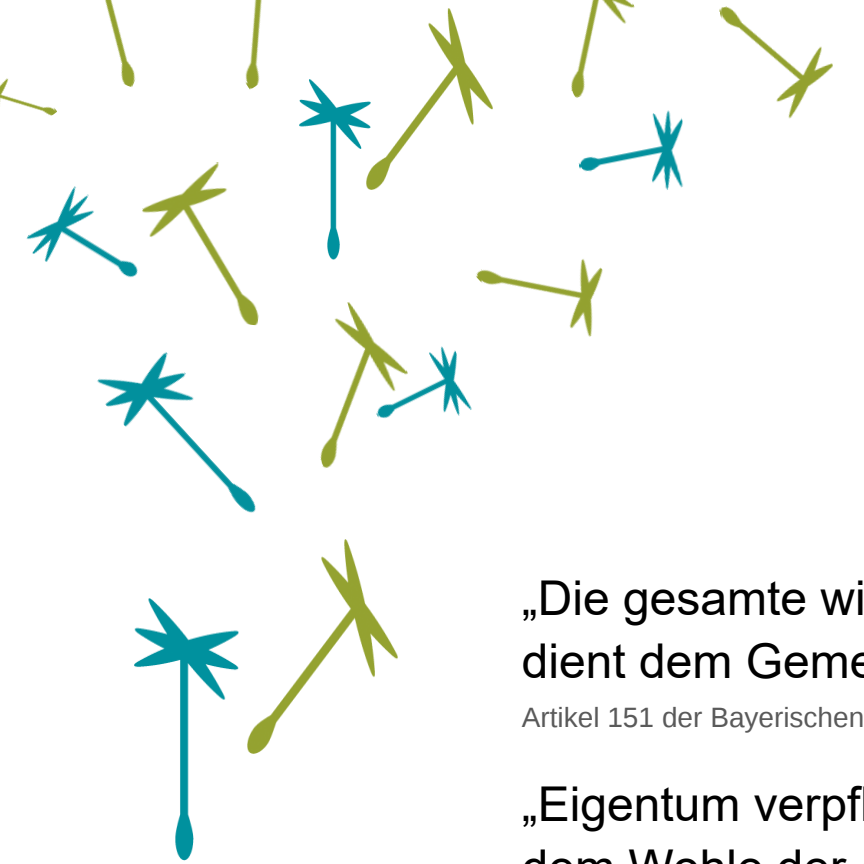
ein gutes Leben für alle – die Gemeinwohlökonomie als
Kompass für nachhaltiges Wirtschaften

DIE GUTE NACHRICHT AM ANFANG

Ja, es ist möglich! Es gibt keine
nennenswerten Hindernisse,
die den Weg vom Kapitalismus in die
Gemeinwohl-Ökonomie behindern.

Unser Grundgesetz entspricht im großen
und ganzen den Werten der GWÖ.





„Die gesamte wirtschaftliche Tätigkeit
dient dem Gemeinwohl.“

Artikel 151 der Bayerischen Verfassung

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

Artikel 14 des Grundgesetz



VISION

Die Gemeinwohl-Ökonomie etabliert ein
ethisches Wirtschaftsmodell.



Ziel

**Sozial und ökologisch
Wirtschaftende bekommen mehr
Aufträge und müssen weniger
Steuern zahlen.** Dadurch werden
faire und nachhaltige Produkte und
Dienstleistungen billiger.

Umsetzung

- Alle Firmen sollen eine GWÖ-Bilanz erstellen.
- Auch öffentliche Unternehmen – also Betriebe, die Städten, Gemeinden oder Landkreisen gehören.
- Die Politik soll nur noch die Firmen unterstützen, die sich sozial und ökologisch verhalten.



Photo by Nathan Dumlao on Unsplash

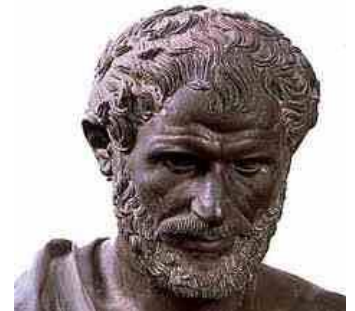




Nicht neu...

„oikonomia“

- Geld = Mittel
- Zweck = Gutes Leben

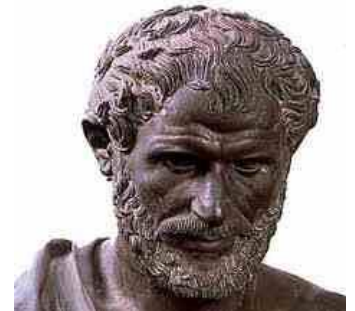




Nicht neu...

„oikonomia“

- Geld = Mittel
- Zweck = Gutes Leben



„chrematistiké“

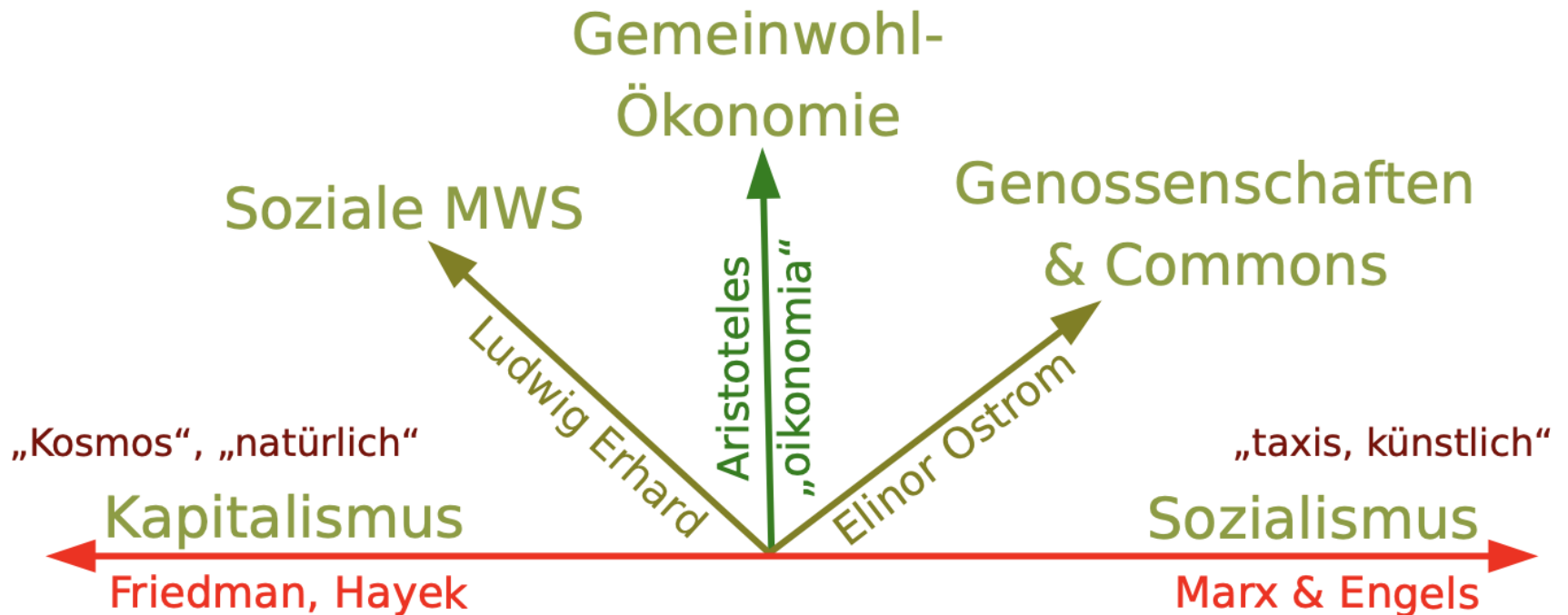
- Geld = Zweck
- „widernatürlich“



Aristoteles (384 - 322 v. Chr.)



Wirtschaftsordnungen



„Entweder Kapitalismus oder Sozialismus; ein Mittelding gibt es eben nicht.“
Ludwig von Mises



GEMEINWOHL-MATRIX 5.0

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*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

Die GWÖ-Matrix unterstützt dabei, die vier Werte in alle fünf Berührungsgruppen zu übertragen

WERTE	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT + GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ + MITENTSCHEIDUNG
BERÜHRUNGSGRUPPE				
A: LIEFERANT*INNEN	A1	A2	A3	A4
	A1-A4 → Wie sind Arbeitsbedingungen beim Zulieferbetrieb?			
B: GELDGEBER*INNEN	B1	B2	B3	B4
	B1-B4 → Was passiert mit den Gewinnen?			
B5C: MITARBEITER*INNEN	C1	C2	C3	C4
	C1-C4 → Wie werden die Mitarbeiter entlohnt + behandelt?			
D: KUND*INNEN	D1	D2	D3	D4
	D1-D4 → Wie ist der Umgang mit Kunden und Mitbewerbern?			
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1	E2	E3	E4
	E1-E4 → Welcher Beitrag wird für das Gemeinwesen geleistet?			

Die GWÖ stellt sich vor | www.ecogood.org |





Bewertungsstufen – Skalenbereich



Vorbildlich – 7-10 Punkte

Die Maßnahmen sind auf allen Ebenen der Organisation vertreten und es werden innovative Lösungen geschaffen, die Teil der Identität der Organisation sind.

Erfahren – 4-6 Punkte

Es gibt eine klare Strategie und Maßnahmen sind in der Organisation verankert.

Fortgeschritten – 2-3 Punkte

Die Organisation setzt die ersten Maßnahmen um und entwickelt ihre Strategien zur Verbesserung weiter.

Erste Schritte – 1 Punkt

Die Organisation hat ihre Ausgangslage evaluiert und ist dabei, erste Maßnahmen zur Verbesserung zu setzen.

Basislinie - 0 Punkte

Die Organisation erfüllt gesetzliche Vorschriften. Es gibt keine weiteren Maßnahmen.





GEMEINWOHL-MATRIX 5.0

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*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



C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

GWÖ-Unternehmen ...

- entwickelt ökologisches Bewusstsein und fördert 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.

Einstiegsfragen:

- Wie nehmen wir Einfluss auf die Ernährung während der Arbeitszeit?
- Wie gehen wir mit dem Thema Mobilität bzw. der Anreise zum Arbeitsplatz um?
- Welche Maßnahmen setzen wir, um ökologisch nachhaltige Handlungsweisen der Mitarbeitenden zu fördern?



C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

Berichtsfragen:

- Welche Verkehrsmittel benutzen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?
- Welche Möglichkeiten gibt es für Mitarbeitende, ihren Arbeitsweg umweltschonender zurückzulegen?
- Welche Anreize für umweltbewussteres Mobilitätsverhalten stellt das Unternehmen bereit – auch bei Dienstreisen?

Verpflichtender Indikator:

Anteil der Anreise mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß



C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

Bewertungsstufen



Vorbildlich

Durch betriebsinterne Anreizpolitik nutzen nahezu alle Mitarbeitenden öffentliche Verkehrsmittel, das Rad, Carsharing oder optional Teleworking.

Erfahren

Durch betriebsinterne Anreizpolitik nutzt die Mehrheit der Mitarbeitenden öffentliche Verkehrsmittel, das Rad, Carsharing oder optional Teleworking. Unterstützung durch weiterführende Maßnahmen: Parkplätze für Mitarbeitende gibt es nur für Carsharing, Erreichbarkeit ist bei der Standortwahl ein wesentliches Entscheidungskriterium, Bereitstellung von Dienstfahrrädern etc.

Fortgeschritten

Konsequente nachhaltige Mobilitätspolitik, z.B. wenn kein öffentliches Netz verfügbar ist: aktives Carsharing-Angebot, Partizipation bei externen Fahrradinitiativen, festgeschriebene Dienstwagenpolitik ($< 130 \text{ g CO}_2/\text{km}$), Trainings für treibstoffsparendes Fahren, finanzielle Anreizsysteme für die Benutzung öffentlicher Verkehrsmittel, ausgewiesene Fahrradabstellplätze

Erste Schritte

Ansätze einer nachhaltigen Mobilitätspolitik sind sichtbar: Unterstützung für die Benutzung öffentlicher Verkehrsmittel, Hinterfragen der Dienstwagenpolitik, Wahl von Verkehrsmitteln für Dienstreisen nach ökologischen Gesichtspunkten etc. Fahrradabstellmöglichkeiten sind vorhanden.

Basislinie

Das Unternehmen setzt keine unökologischen Anreize zur Überbrückung von Anreisedistanzen.



Nutzen einer Gemeinwohlbilanzierung

Wirkung innerhalb der Organisation:

- Nachhaltigkeitsmanagement (360-Grad-Blick)
- Matrix als Instrument der Organisationsentwicklung
- Innovationsimpulse
- Motivation am Arbeitsplatz

Wirkung am Markt:

- Attraktivität für sinnsuchende Mitarbeiter*innen
- Attraktivität durch faire und nachhaltige Produkte
- Sichtbarkeit des Engagements fürs Gemeinwohl – Klares Bekenntnis zu Nachhaltigkeit und Ethik
- Differenzierung als modernes, zukunftsorientiertes „Pionierunternehmen“, das die Herausforderungen der Zeit (Erhalt von Natur und Umwelt) annimmt
- Netzwerk und Kooperationspartner*in für „Gleichgesinnte“ (gemeinsame Werte)

Wirkung für die Gesellschaft:

- Gemeinsame Werte und Lebensqualität für alle
- Erhalt von Natur und Umwelt
- Faire und nachhaltige Produkte und Dienstleistungen





SDG's in der Gemeinwohl-Matrix 5.0



Stand: Juni 2019



Das kannst Du tun, damit die
Gemeinwohl-Ökonomie Realität wird



Engagiere dich als
Freiwillige*r

Web: ecogood.org/aktiv-werden



Unterstütze als
Förder*in

Web: ecogood.org/spenden



Werde
Mitglied

Web: ecogood.org/mitglied



HERZLICHEN DANK

name@ecogood.org | www.ecogood.org



Stephan Heinrich, Bayreuth
Diplom-Kaufmann
Zertifizierter Gemeinwohlberater

Schulstr. 13
D-95494 Gesees
Tel. +49 176 616 50 910
[mailto: stephan.heinrich@ecogood.org](mailto:stephan.heinrich@ecogood.org)
www.playfulmind.de

