Grüne
Bensheim

Bensheims
Entwicklung am
Gemeinwohl
orientieren...

GEMEINWOHL
ÖKONOMIE
Ein Wirtschaftsmodell
mit Zukunft

DIE GEMEINWOHL-ÖKONOMIE

EIN ETHISCHES WIRTSCHAFTSMODELL

07. Juni 2021

Ulrike Häußler
www.TeamWeitblick.de
Ulrike.haeussler@TeamWeitblick.de
Nachhaltigkeits- & Organisationentwicklung

VISION

Die Gemeinwohl-Ökonomie etabliert ein **ethisches Wirtschaftsmodell.**

Krisenlandschaft

- **Verteilungskrise**: 42 Menschen besitzen mehr als 50% (Oxfam)
- **Armutskrise**: 122 Millionen in der EU armutsgefährdet
- **Hungerkrise**: 805 Millionen Menschen unterernährt
- **Umweltkrise**: „Welterschöpfungstag“ im August
- **Sinnkrise**: 2/3 ohne Herzblut bei der Arbeit (Gallup Studie)
- **Wertekrise**: „Geiz ist geil“ – Wirklich?
- **Machtkrise**: 147 Konzerne beherrschen die Welt

Wie messen wir Erfolg?

Volkswirtschaft (Makroebene)

Bruttoinlandsprodukt

Unternehmen (Mesoebene)

Finanzbilanz

Investitionsebene (Mikroebene)

Finanzrendite

NRW-Landesverfassung (Artikel 24, Absatz 1)

„Im Mittelpunkt des Wirtschaftslebens steht das Wohl des Menschen. …“

Hessische Verfassung (Art. 38)

„Die Wirtschaft des Landes hat die Aufgabe, dem Wohle des ganzen Volkes […] zu dienen.“

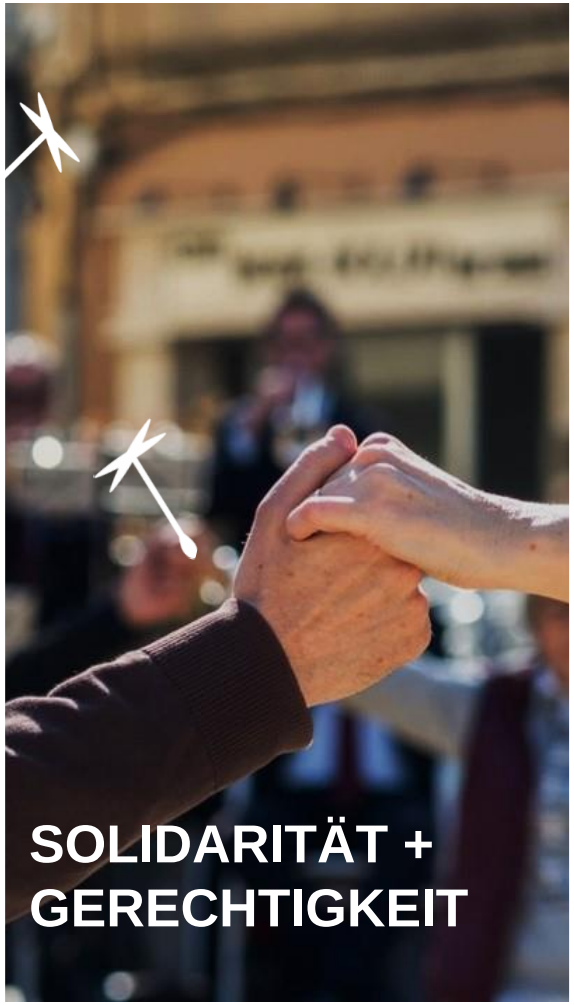
Bayerische Verfassung (Artikel 151)

„Die gesamte wirtschaftliche Tätigkeit dient dem Gemeinwohl, […]“

Deutsches Grundgesetz (Art. 14 Abs. 2)

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

An diesen vier Werten richtet sich die Gemeinwohl-Ökonomie aus



GRUNDPRINZIPIEN DER GEMEINWOHL-ÖKONOMIE

- Vertrauensbildung, Wertschätzung, Kooperation, Solidarität, Teilen
- Gemeinwohlstreben und Kooperation statt Gewinnstreben und Konkurrenz
- Erfolg = Bedürfnisbefriedigung, Lebensqualität, Gemeinwohl

Ziel

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

Umsetzung

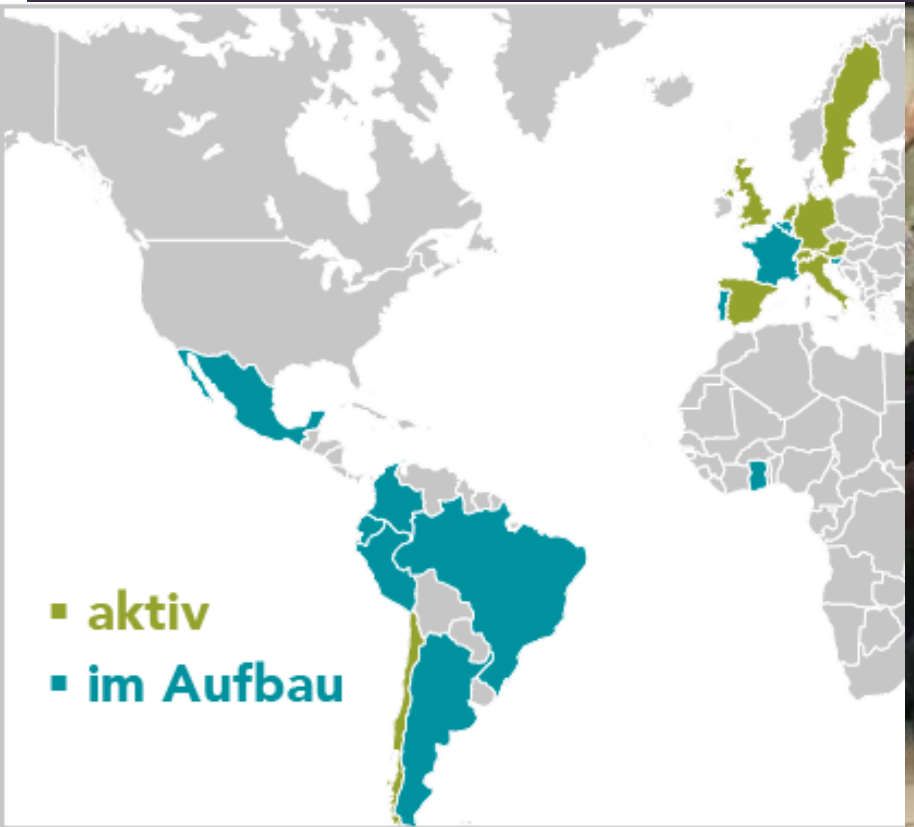
- Alle Firmen sollen eine GWÖ-Bilanz erstellen.
- Auch öffentliche Unternehmen – also Betriebe, die Städten, Gemeinden oder Landkreisen gehören.
- Die Politik soll nur noch die Firmen unterstützen, die sich sozial und ökologisch verhalten.

Photo by Nathan Dumlao on Unsplash

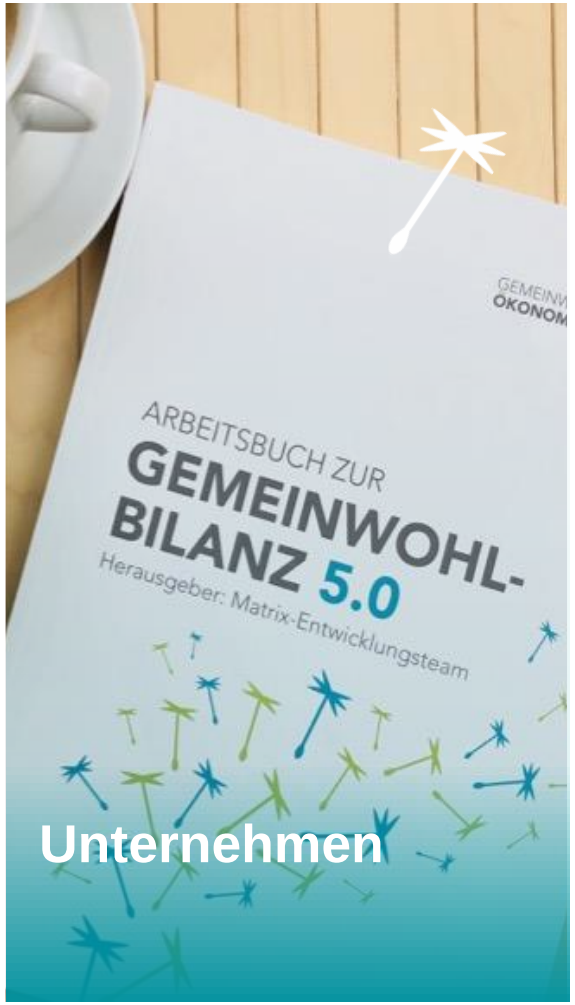
BEWEGUNG

Aus der Idee wird eine bunte, globale Bewegung

- mehr als 11.000 Unterstützer*innen
- 2.000 Aktive in über 100 Regionalgruppen
- 30 Vereine, 500 bilanzierte Unternehmen
- ca. 50 aktive Städte und Gemeinden
- 200 engagierte Hochschulen



Die drei Aktivitätsbereiche der GWÖ



Gemeinden

sind die **bürgernächste Ebene**, auf der die Bedürfnisse und das Potential von Unternehmen, Organisationen, Vereinen, Schulen, Familien und Einzelpersonen konkret zusammenfließen. Gleichzeitig sind die Gemeinden eng mit den übergeordneten Gebietskörperschaften verflochten. Als Träger*innen der kommunalen Selbstverwaltung sind die Gemeinden **per se dem Gemeinwohl verpflichtet**.
Im Rahmen eines Bilanzierungsprozesses der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ) wird sowohl die „ethische Performance“ der eigenen wirtschaftlichen Aktivitäten der Kommune analysiert und sichtbar gemacht, als auch die **Nutzung von Handlungsspielräumen zur Schaffung gemeinwohlfördernder Rahmenbedingungen** bewertet.

Vorgehensweise:

1. Gemeinsames Vorgehen mit anderen Fraktionen (Einzelgespräche / ins Boot holen)
2. §21 Daseinsberechtigung der Kommune ist das Gemeinwohl
3. BürgermeisterIn ins Boot holen
4. ½ Tages Workshop zur GWÖ mit möglichst allen *
   1. Fraktionsvorsitzenden
   2. AbteilungsleiterInnen der Verwaltung
   3. BürgermeisterIn
5. Jmd. Der sich für die Aufgabe begeistert / Karriere machen will finden aus der Verwaltung als ProjektleiterIn

*Prozess Gerd Lauermann Stockersdorf Juni 2021
Ca. 25 Personen, ca 120-150 Std, Budget ca. 20-25.000,-€, Fördermittelbsp. Gibt es z.B. Höxter

GEMEINWOHL-BILANZ

Wie können wir soziale und ökologische Faktoren konkreter in unsere Handlungen mit einbeziehen und messen?

Die Gemeinwohl-Matrix ist dafür ein „Handwerkszeug“!

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

Maximal 1.000 Gemeinwohlpunkte erreichbar & bis zu -3.600 Punkte für unethisches Verhalten

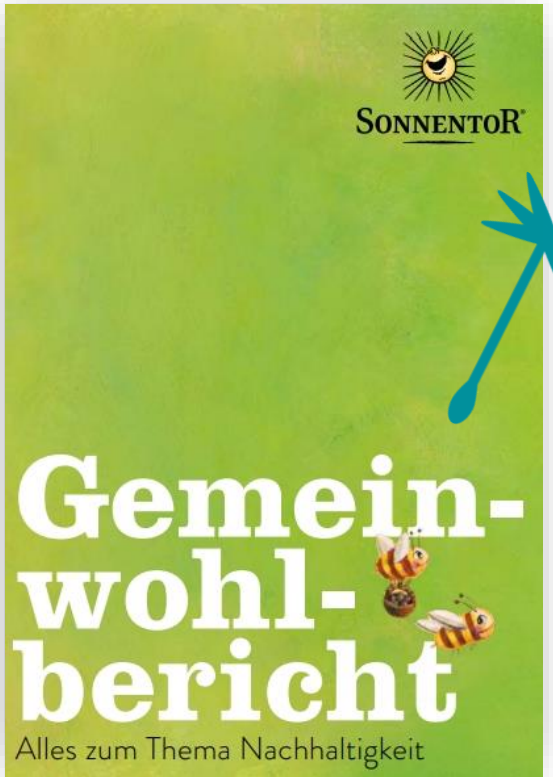
WERTE / BERÜHRUNGSGRUPPE	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT + GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ MITENTSCHEIDUNG
A: LIEFERANT*INNEN	**A1** Menschenwürde in der Zulieferkette	**A2** Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	**A3** Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	**A4** Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette
B: GELDGEBER*INNEN	**B1** Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	**B2** Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	**B3** Sozial-ökologische Investition und Mittelverwendung	**B4** Eigentum und Mitentscheidung
B5C: MITARBEITER*INNEN	**C1** Menschenwürde am Arbeitsplatz	**C2** Ausgestaltung der Arbeitsplätze	**C3** Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	**C4** Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz
D: KUND*INNEN und 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

Lieferantenmanagement z.B. Oikopolis, Märkisches Landbrot

Rundtisch-Gespräch zwischen Vertretern aller Stufen der Wertschöpfungskette

BILANZ

Über **500 Firmen** haben bereits ihre Gemeinwohl-Bilanz erstellt und verbessern daraufhin ständig ihr Unternehmen.



Das Beispiel Sonnentor im Feld A1 – Wertschöpfung mit Wertschätzung

A1

MENSCHENWÜRDE in der Lieferkette

- 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

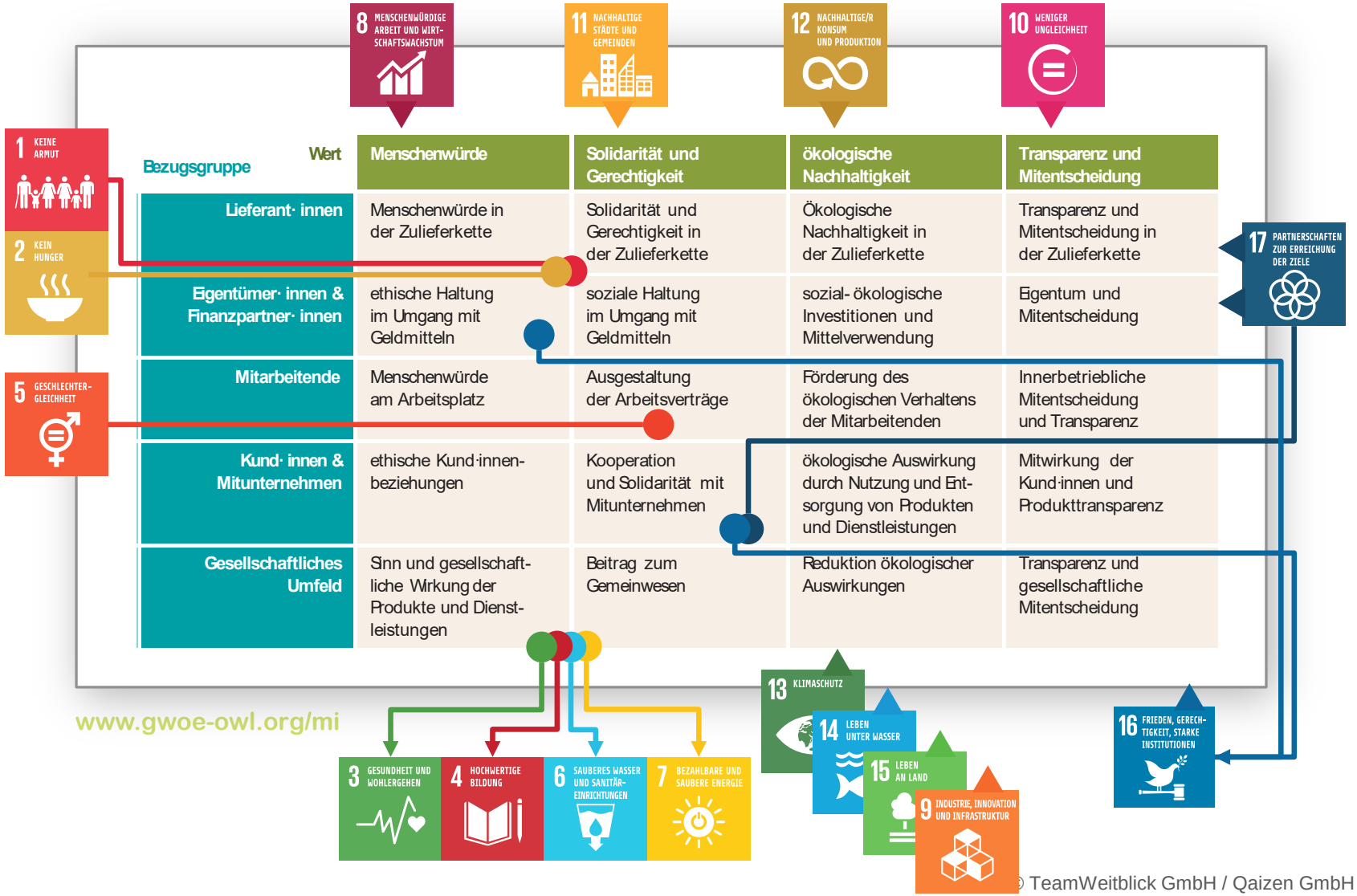
SONNENTOR Kräuterhandels GmbH
Gegründet: 1988
Branche: Bio-Lebensmittel-Handel
Mitarbeiter*innen: 267 MA VÄ
Sprögnitz (AT)
www.sonnentor.at

WIR MACHEN MIT!

Wir bei VAUDE setzen uns intensiv mit dem Thema gemeinwohl-orientiertes Unternehmertum auseinander. Wir sind **Pionierunternehmen** der Gemeinwohl-Ökonomie mit auditierter Gemeinwohl-Bilanz.

Antje von Dewitz, VAUDE Geschäftsführerin

Ziele für nachhaltige Entwicklung
Sustainable Development Goals (SDGs)



Bezugsgruppe / Wert	Menschenwürde	Solidarität und Gerechtigkeit	ökologische Nachhaltigkeit	Transparenz und Mitentscheidung
Lieferant· innen	Menschenwürde in der Zulieferkette	Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette
Eigentümer· innen & Finanzpartner· innen	ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	sozial- ökologische Investitionen und Mittelverwendung	Eigentum und Mitentscheidung
Mitarbeitende	Menschenwürde am Arbeitsplatz	Ausgestaltung der Arbeitsverträge	Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz
Kund· innen & Mitunternehmen	ethische Kund·innen-beziehungen	Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	Mitwirkung der Kund·innen und Produkttransparenz
Gesellschaftliches Umfeld	Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	Beitrag zum Gemeinwesen	Reduktion ökologischer Auswirkungen	Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Der Gemeinwohl-Bericht kann zur **nichtfinanziellen Berichterstattung gemäß EU-Richtlinie** verwendet werden gem. CSR-Richtlinien-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG)

Eine Gemeinwohlbilanzierung erzielt Nutzen auf drei Ebenen

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

GEMEINWOHL ÖKONOMIE
Bilanzierendes Unternehmen

GEMEINWOHL ÖKONOMIE Ein Wirtschaftsmodell mit Zukunft

WIE GENAU NUN AM BEISPIEL DER REGENSBURG TOURISMUS GMBH

TeamWeitblick

Ulrike Häußler
ulrike.hauessler@teamweitblick.de
+49 6201 340 832

TeamWeitblick GmbH
Krügerstrasse 7-11
68219 Mannheim
www.teamweitblick.de

Bei weiteren Fragen freuen wir uns über Ihre Kontaktaufnahme.

Gemeinwohl-Matrix 5.0 – Impulsfragen

WERTE / BERÜHRUNGS-GRUPPE	Menschenwürde	Solidarität & Soziale Gerechtigkeit	Ökologische Nachhaltigkeit	Transparenz und Mitentscheidung
A: Lieferant*innen	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette ☆ Werden die Lieferant*innen nach ethischen Kriterien ausgewählt? ☆ Werden dort faire Arbeitsbedin-gungen/Menschenrechte gewahrt?	A2 Solidarität & Gerechtigkeit in der Zulieferkette ☆ 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 öko-logischen 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 & Finanzpart-ner*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 ex-terne 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 Eigentum und Mitentscheidung ☆ Ist das Eigentum demokratisch auf Mitarbeitende, Kund*innen und/oder Bürger*innen verteilt ?
C: Mitarbeitende	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz ☆ Wird Wohlbefinden und Gesundheit der Mitarbeitenden gefördert? ☆ Wird Gleichberechtigung und Eigenverantwortung gefördert?	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge ☆ Sind flexible Arbeitszeitmodelle, z.B. Teilzeit, möglich? ☆ Werden Arbeit und Gehälter gerecht verteilt?	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden ☆ Wird umweltfreundliche Mobilität (z.B. Fahrrad, Zug, Bus) gefördert? ☆ Wird ökologische Ernährung gefördert (bio, vegetarisch/vegan, regional)?	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung + Transparenz ☆ Werden Mitarbeitende gut informiert und können mitentscheiden? ☆ Werden Führungskräfte demokratisch gewählt?
D: Kund*innen & Mitunternehmen	D1 Ethische Kundenbeziehungen ☆ Stehen Kundenwünsche und Reklamationen über Gewinnstreben? ☆ Gibt es Angebote für benachteiligte Gruppen (sprachlich, finanziell, körperlich)?	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen ☆ Wird mit Konkurrenz-Unternehmen kooperiert, z.B. Wissen und Mitarbeitende ausgetauscht? ☆ Wird mit anderen kooperiert, um Standards zu erhöhen?	D3 Ökologische Auswirkung von Produkten ☆ 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: Gesellschaft-liches Umfeld	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte ☆ Erfüllen die Angebote Grundbedürfnisse (sind keine Luxusartikel) ☆ Wird ein besonderer Sinn für Mensch und Umwelt erfüllt?	E2 Beitrag zum Gemeinwesen ☆ Unterstützt das Unternehmen gemeinnützige Projekte? ☆ Sind Steuern und Sozialabgaben transparent und fair?	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen ☆ Kennt das Unternehmen seine Umweltauswirkungen (Emissionen, Abfälle, Ressourcenverbrauch)? ☆ Werden diese reduziert?	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung ☆ Werden alle Tätigkeiten fakten-basiert transparent gemacht? ☆ Können aus der Gesellschaft betroffene Personen mitbestimmen?