

Aachen

Vortrag und Dialog

Gemeinwohl-Ökonomie

Nutzen und Anwendung für Wirtschaft und Kommunen

Dr. Richard Schieferdecker
16.06.2021



Inhalt

1. Einbindung in übergeordneten Rahmen
2. Die Idee der Gemeinwohl-Ökonomie
3. Die Gemeinwohl-Bilanz als zentrales Instrument für Unternehmen und Kommunen



Inhalt

1. Einbindung in übergeordneten Rahmen
2. Die Idee der Gemeinwohl-Ökonomie
3. Die Gemeinwohl-Bilanz als zentrales Instrument für Unternehmen und Kommunen



Non-Financial Reporting Directive“ (NFRD)

- RL 2014/95/EU zur nichtfinanziellen Berichterstattung bzw. CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG)
- „Corporate Sustainability Reporting Directive“ (CSRD) der EU-Kommission vom 21.04.2021
 - Anzahl der berichtspflichtigen Unternehmen wird sich in Deutschland etwa verzehnfachen
 - voraussichtlich ab 1.1.2024 für Berichtsjahr 2023



Geeignete Rahmenwerke für Nachhaltigkeitsberichterstattung

- DIN ISO 26000 Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung
- Eco Management and Audit Scheme (EMAS)
- Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards (GRI SRS)
- **Gemeinwohl-Bilanz**
- **Deutscher Nachhaltigkeitskodex (DNK)**



Berichtspflichtige Betriebe

Betriebsgrößenklassen Beschäftigte	Städteregion Aachen	darunter Stadt Aachen
	Betriebe	Betriebe
1 bis unter 10	10.779	5.474
10 bis unter 20	1.451	726
20 bis unter 50	957	518
50 bis unter 100	357	186
100 bis unter 250	243	146
250 bis unter 500	62	35
500 und mehr	41	29

Stand: 09.06.2021

© Statistik der Bundesagentur für Arbeit



Inhalt

1. Einbindung in übergeordneten Rahmen
2. **Die Idee der Gemeinwohl-Ökonomie**
3. Die Gemeinwohl-Bilanz als zentrales Instrument für Unternehmen und Kommunen



Vision der GWÖ

"Gut leben in einer Welt,
in der die Wirtschaft im
Einklang mit ethischen
Werten ist"

Quelle: <https://web.ecogood.org/de/idee-vision/die-vision-der-gwo/>



Ziel des Wirtschaftens (Soll)



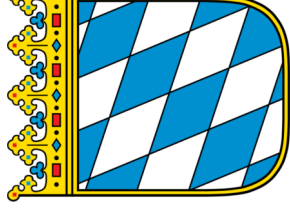
» Im Mittelpunkt des Wirtschaftslebens steht das Wohl des Menschen.«

**Landesverfassung
Nordrhein-
Westfalen,
Artikel 24**



» Eigentum verpflichtet. Sein Gebrauch soll zugleich dem Wohl der Allgemeinheit dienen.«

**Deutsches
Grundgesetz,
Artikel 14 (2)**

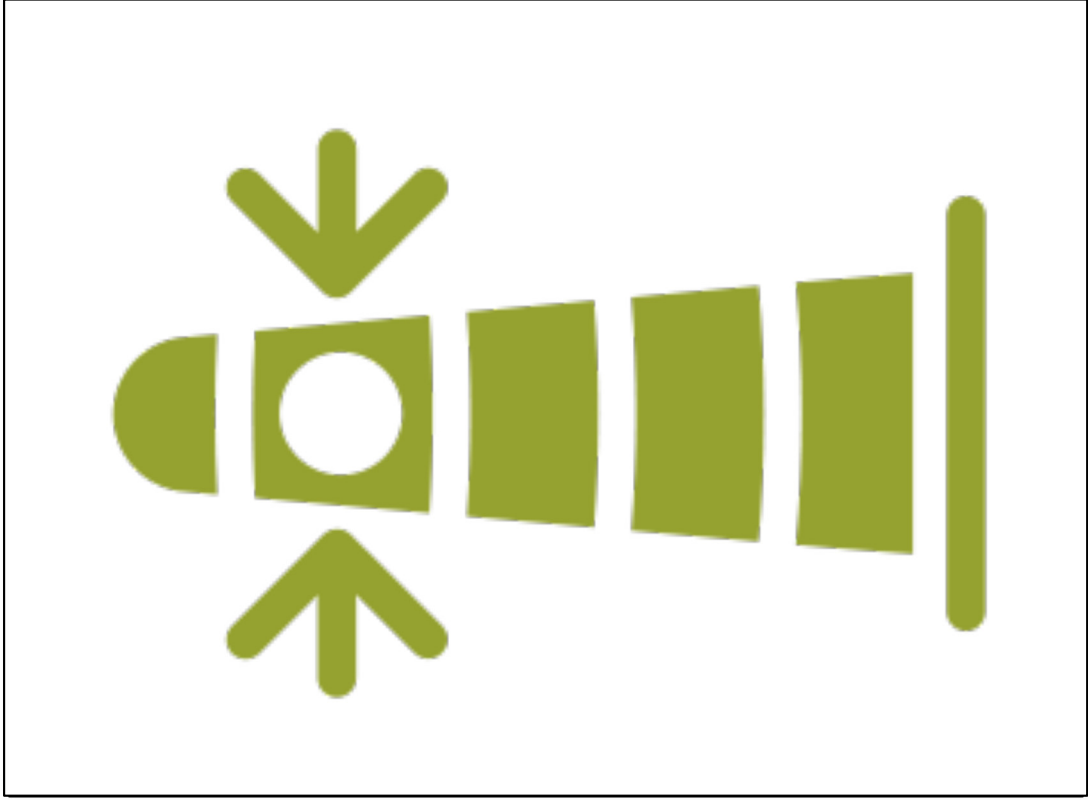


» Die gesamte wirtschaftliche Tätigkeit dient dem Gemeinwohl.«

Artikel 151 der **Verfassung Bayerns**, die 1946 in einer Volksabstimmung angenommen wurde.



Auf allen Ebenen



- **Staaten**
Gemeinwohl-Produkt*
(vgl. Bruttonationalglück,
Bhutan)
- **Gemeinden**
Kommunaler
Lebensqualitätsindex*
- **Unternehmen**
Gemeinwohl-Bilanz*
(zusätzlich zur Finanzbilanz)

* demokratisch bestimmt (z.B. über Konvente)



Gemeinwohl-Matrix

Werte ▶	Men- schen- würde	Solidarität + Gerech- tigkeit	Ökolog. Nachhal- tigkeit	Transpa- renz + Mit- entscheid.
Beziehung zu ▼				
LieferantInnen				
GeldgeberInnen				
MitarbeiterInnen				
KundInnen				
Gesell. Umfeld				

**20 Themen mit
jeweils - __ bis + __ Punkten
insgesamt max. 1000 Punkte**

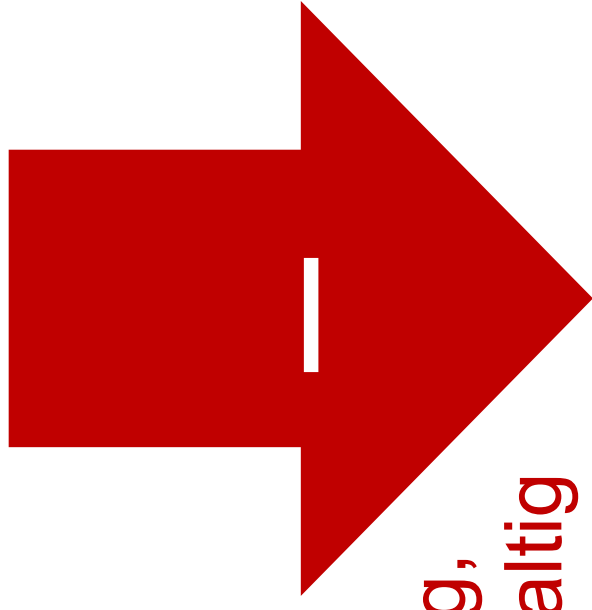


Markt neu ordnen



nachhaltig, fair,
demokratisch,
kooperativ

rücksichtslos,
unfair, gierig,
nicht-nachhaltig





Markt neu ordnen

Transparenz für KonsumentInnen



Marktvorteile für Gemeinwohl-Unternehmen
weniger Steuern, günstigere Kredite, Zugang zu
Förderungen, Vorteile im öffentlichen Einkauf, ...
=> können günstiger produzieren



<https://youtu.be/DREP6pDjFAo>

The screenshot shows a YouTube video player interface. The video title is "Gemeinwohl-Ökonomie - ein Wirtschaftsmodell mit Zukunft. BITTE 44 MINUTEN VORSPULEN (Zugverspätung)". The speaker is identified as "Christian Felber, Wien". The video is from the channel "GEMEINWOHL ÖKONOMIE Aachen". The video player shows a man in a dark suit and blue shirt speaking. The video has 1,592 views and was uploaded on 13.04.2021. The video player controls show the video is at 54:41 / 2:26:01. The video player interface includes a search bar, a list of videos, and a "Suchen" button.



Inhalt

1. Einbindung in übergeordneten Rahmen
2. Die Idee der Gemeinwohl-Ökonomie
3. **Die Gemeinwohl-Bilanz als zentrales Instrument für Unternehmen und Kommunen**



Verschiedene Bilanzen

- **Unternehmensbilanz (Kompakt- bzw. Vollbilanz)**
- **Kommunale Bilanz**



GEMEINWOHL-MATRIX 5.0

WERT	WERT				TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT		
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 & FINANZPARTNER*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	

GEMEINWOHL-MATRIX 5.0

WERT	MENSCHLICHE WERTUNG	SOLIDARITÄT UND VERHÄLTENS DER MITARBEITENDEN	ÖKOLOGISCHE AUSWIRKUNG	TRANSPARENZ UND MITWIRKUNG
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschliche Würde in der Zusammenarbeit			
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Umgangsformen im Umgang mit den Mitteln			
C: MITARBEITENDE	C1 Menschliche Würde am Arbeitsplatz			
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Beziehungen zu Kund*innen- und Mitunternehmern	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

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz)

D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz)

D3.3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen





D3: Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Einstiegsfrage

Welche ökologischen Auswirkungen entstehen in Zusammenhang mit der Nutzung und Entsorgung unserer Produkte und Dienstleistungen durch unsere Kund*innen?

Ein GWÖ-Unternehmen ...

- ist bestrebt, die ökologischen Auswirkungen von Nutzung und Entsorgung möglichst genau zu kennen und diese zu minimieren, bietet Produkte und Dienstleistungen an, deren ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung geringer sind als bestehende Alternativen,
- setzt sich mit den Nutzungs- und Entsorgungsbedingungen durch Kund*innen auseinander und versucht diese im Sinne einer maßvollen Nutzung (Suffizienz) zu beeinflussen.



D3: Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Bewertungsstufen



Vorbildlich

Geschäftsmodell und Produktportfolio sind hinsichtlich ökologischer Auswirkungen optimiert.
Die Förderung eines maßvollen Konsums ist wesentlicher Bestandteil des Geschäftsmodells und der Kund*innenbeziehungen.

Erfahren

Es gibt eine klare, nachvollziehbare Strategie zur Optimierung des Produktportfolios bzw. des Geschäftsmodells in Bezug auf ökologische Auswirkungen und maßvolle Nutzung.

Weitreichende Maßnahmen zur Reduzierung ökologischer Auswirkungen sind umgesetzt.

Produkte und Dienstleistungen haben durchgehend geringere ökologische Auswirkungen als vergleichbare Alternativen.

Die Unternehmenskommunikation zielt auf eine aktive Förderung maßvoller Nutzung ab und stellt Konsument*innen umfassende Informationen zu ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen zur Verfügung.

Basislinie

Das Unternehmen setzt sich nicht mit negativen ökologischen Auswirkungen oder maßvoller Nutzung auseinander, es nimmt jedoch auch nicht absichtlich unverhältnismäßige ökologische Auswirkungen in Kauf. Das Unternehmen beachtet gesetzliche Auflagen und ist in der Kommunikation nicht irreführend.

Auswirkungen in Kauf: Das Unternehmen beachtet gesetzliche Auflagen und ist in der Kommunikation nicht irreführend.

Es gibt über Daten zu ökologischen Auswirkungen.

erkennbare Maßnahmen in Bezug auf das gesamte Port-

folios haben größtenteils geringere ökologische Auswirkungen als vergleichbare Alternativen.

Produkte und Dienstleistungen werden den Kund*innen standardmäßig zur Verfügung gestellt, ohne maßvoller Nutzung wird gefördert.

Erste Daten zu ökologischen Auswirkungen und planmäßiger Kommunikation bzw. zur Förderung maßvoller Nutzung werden erste Informationen zu ökologischen Auswirkungen mit dem Ziel einer Bewusstseinsbildung zur Verfügung gestellt.

Produkte und Dienstleistungen haben durchgehend geringere ökologische Auswirkungen als vergleichbare Alternativen.



D3: Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Bewertungsstufen



Vorbildlich
Geschäftsmodell und Produktportfolio sind hinsichtlich ökologischer Auswirkungen optimiert.

Vorbildlich

Geschäftsmodell und Produktportfolio sind hinsichtlich ökologischer Auswirkungen optimiert.

Die Förderung eines maßvollen Konsums ist wesentlicher Bestandteil des Geschäftsmodells und der Kund*innenbeziehungen.

vollziehbare Strategie zur Optimierung des Geschäftsmodells in Bezug auf ökologische Auswirkungen.

Maßnahmen zur Reduzierung ökologischer Auswirkungen haben durchgehend geringere ökologische Alternativen.

Kommunikation zielt auf eine aktive Förderung maßvoller Konsumt*innen umfassende Informationen zu ökologischen Produkten und Dienstleistungen zur Verfügung.

Verfügbare Daten zu ökologischen Auswirkungen ermöglichen Maßnahmen in Bezug auf das gesamte Portfolio.

Produkte und Dienstleistungen haben größtenteils geringere ökologische Auswirkungen pro Nutzeinheit als vergleichbare Alternativen.

Zu sämtlichen Produkten und Dienstleistungen werden den Kund*innen standardmäßig Informationen zu ökologischen Auswirkungen zur Verfügung gestellt, Bewusstseinsbildung im Sinne maßvoller Nutzung wird gefördert.

Das Unternehmen verfügt über erste Daten zu ökologischen Auswirkungen und plant Maßnahmen zur Reduktion ökologischer Auswirkungen bzw. zur Förderung maßvoller Nutzung.

Kund*innen und Konsument*innen werden erste Informationen zu ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen mit dem Ziel einer Bewusstseinsbildung zu maßvoller Nutzung zur Verfügung gestellt.

Das Unternehmen beachtet gesetzliche Auflagen und ist in der Kommunikation nicht irreführend.

Das Unternehmen beachtet gesetzliche Auflagen und ist in der Kommunikation nicht irreführend.

Basislinie

Das Unternehmen setzt sich nicht mit negativen ökologischen Auswirkungen oder maßvoller Nutzung auseinander, es nimmt jedoch auch nicht absichtlich unverhältnismäßige ökologische Auswirkungen in Kauf. Das Unternehmen beachtet gesetzliche Auflagen und ist in der Kommunikation nicht irreführend.



Beispiel patagonia

<https://wornwear.patagonia.com>

GEMEINWOHL-MATRIX 5.0

WERT	MENSCHENWÜRDE				SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG														
	BERÜHRUNGSGRUPPE	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	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	B4 Eigentum und Mitentscheidung	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	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	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	E2 Beitrag zum Gemeinwesen	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung
A: LIEFERANT*INNEN																					
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZPARTNER*INNEN																					
C: MITARBEITENDE																					
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN																					
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD																					

GEMEINWOHL-MATRIX 5.0

WERT BERÜHRUNGSGRUPPE	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
	A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette
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

GEMEINWOHL-MATRIX 5.0

WERT	WERT				TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT		
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 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	

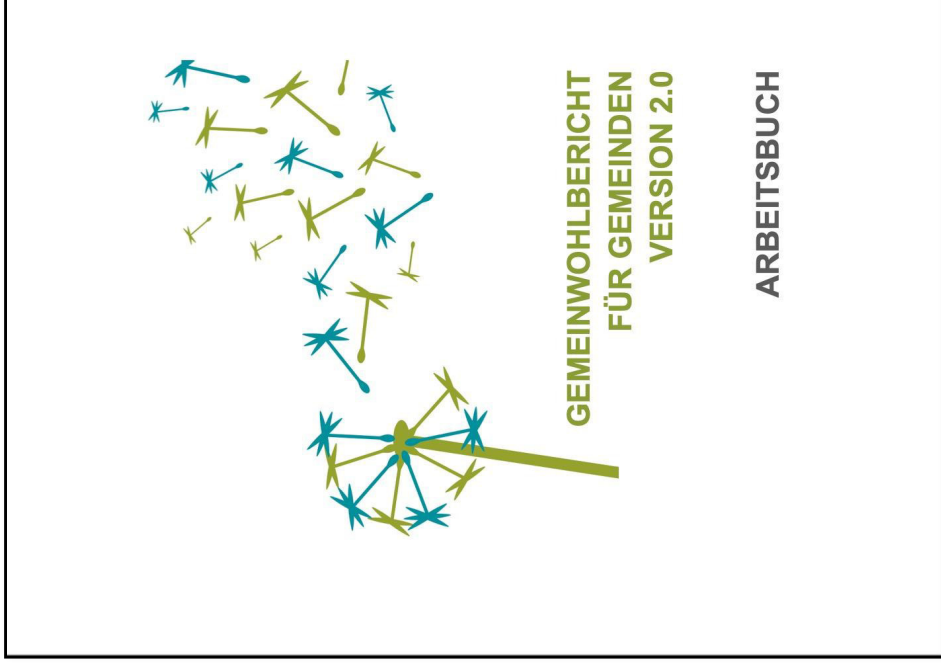
GEMEINWOHL-MATRIX 5.0

WERT	MENSCHENWÜRDE				SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT		ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT		TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG	
	BERÜHRUNGSGRUPPE		MENSCHENWÜRDE		SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT		ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT		TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG	
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette		A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette		A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette		A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette			
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln		B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln		B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung		B4 Eigentum und Mitentscheidung			
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz		C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge		C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden		C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz			
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*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			



Verschiedene Bilanzen

- Unternehmensbilanz (Kompakt- bzw. Vollbilanz)
- **Kommunale Bilanz**





Die kommunale Bilanz

Unterschiede zur Bilanz für Unternehmen

- differenzierte Werte
- angepasste Berührungsgruppen
- aktuell keine Kennzahlen, keine verpflichtenden Indikatoren
- aktuell kein Audit

MATRIX V 2.0 – GEMEINDEN

WERTE DES GEMEINWOHLS BERÜHRUNGS-GRUPPEN	MENSCHENWÜRDE 1	SOLIDARITÄT 2	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT 3	SOZIALE GERECHTIGKEIT 4	TRANSPARENZ & DEMOKRATISCHE MITBESTIMMUNG 5
A Ausgelagerte / selbstständige Betriebe Lieferant*innen Dienstleister*innen	A1 Grundrechtsschutz und Menschenwürde in der Lieferkette	A2 Nutzen für die Gemeinde	A3 Ökologische Verantwortung für die Lieferkette	A4 Soziale Verantwortung für die Lieferkette	A5 Öffentliche Rechenschaft und Mitsprache
B Finanzpartner*innen Geldgeber*innen Steuerzahler*innen	B1 Ethisches Finanzgebaren / Geld und Mensch	B2 Gemeinnutz im Finanzgebaren	B3 Ökologische Verantwortung der Finanzpolitik	B4 Soziale Verantwortung der Finanzpolitik	B5 Rechenschaft und Partizipation in der Finanzpolitik
C Politische Führung Verwaltung und koordinierte Ehrenamtliche	C1 Individuelle Rechts- und Gleichstellung	C2 Gemeinsame Zielvereinbarung für das Gemeinwohl	C3 Förderung ökologischen Verhaltens	C4 Gerechte Verteilung von Arbeit	C5 Transparente Kommunikation und demokratische Prozesse
D Bürger*innen und Wirtschaft	D1 Schutz des Individuums, Rechtsgleichheit	D2 Gesamtwohl in der Gemeinde	D3 Ökologische Gestaltung der öffentlichen Leistung	D4 Soziale Gestaltung der öffentlichen Leistung	D5 Transparente Kommunikation und demokratische Einbindung
E Staat Gesellschaft und Natur	E1 Gestaltung der Bedingungen für ein menschenwürdiges Leben – zukünftige Generationen	E2 Beitrag zum Gesamtwohl	E3 Verantwortung für ökologische Auswirkungen	E4 Beitrag zum sozialen Ausgleich	E5 Transparente und demokratische Mitbestimmung
STAATSPRINZIPIEN DES GEMEINWOHLS	RECHTSSTAATSPRINZIP	GEMEINNUTZ	UMWELT-VERANTWORTUNG	SOZIALSTAATSPRINZIP	DEMOKRATIE

MATRIX V 2.0 – GEMEINDEN

WERTE DES GEMEINWOHLS BERÜHRUNGS-GRUPPEN	MENSCHENWÜRDE	1	SOLIDARITÄT	2	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	3	SOZIALE GERECHTIGKEIT	4	TRANSPARENZ & DEMOKRATISCHE MITBESTIMMUNG	5
A Ausgelagerte / selbständige Betriebe Lieferant*innen Dienstleister*innen	Grundrechtsschutz und Menschenwürde in der Lieferkette	A1	Nutzen für die Gemeinde	A2	Ökologische Verantwortung für die Lieferkette	A3	Soziale Verantwortung für die Lieferkette	A4	Öffentliche Rechenschaft und Mitsprache	A5
B Finanzpartner*innen Geldgeber*innen Steuerzahler*innen	Ethisches Finanzgebaren / Geld und Mensch	B1	Gemeinnutz im Finanzgebaren	B2	Ökologische Verantwortung der Finanzpolitik	B3	Soziale Verantwortung der Finanzpolitik	B4	Rechenschaft und Partizipation in der Finanzpolitik	B5
C Politische Führung Verwaltung und koordinierte Ehrenamtliche	Individuelle Rechts- und Gleichstellung	C1	Gemeinsame Zielvereinbarung für das Gemeinwohl	C2	Förderung ökologischen Verhaltens	C3	Gerechte Verteilung von Arbeit	C4	Transparente Kommunikation und demokratische Prozesse	C5
D Bürger*innen und Wirtschaft	Schutz des Individuums, Rechtsgleichheit	D1	Gesamtwohl in der Gemeinde	D2	Ökologische Gestaltung der öffentlichen Leistung	D3	Soziale Gestaltung der öffentlichen Leistung	D4	Transparente Kommunikation und demokratische Einbindung	D5
E Staat Gesellschaft und Natur	Gestaltung der Bedingungen für ein menschenwürdiges Leben – zukünftige Generationen	E1	Beitrag zum Gesamtwohl	E2	Verantwortung für ökologische Auswirkungen	E3	Beitrag zum sozialen Ausgleich	E4	Transparente und demokratische Mitbestimmung	E5
STAATSPRINZIPIEN DES GEMEINWOHLS	RECHTSSTAATSPRINZIP		GEMEINNUTZ		UMWELT-VERANTWORTUNG		SOZIALSTAATSPRINZIP		DEMOKRATIE	

MATRIX V 2.0 – GEMEINDEN

BERÜHRUNGS-GRUPPEN	WERTE DES GEMEINWOHLS	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	SOZIALE GERECHTIGKEIT	TRANSPARENZ & DEMOKRATISCHE MITBESTIMMUNG
		1	2	3	4	5
ausgelagerte / selbständige Betriebe Lieferant*innen Dienstleister*innen		Grundrechtsschutz und Menschenwürde in der Lieferkette	Nutzen für die Gemeinde	Ökologische Verantwortung für die Lieferkette	Soziale Verantwortung für die Lieferkette	Öffentliche Rechenschaft und Mitsprache

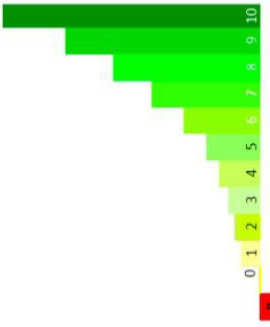
BERÜHRUNGS-GRUPPE	Werte	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Transparenz und Demokratie
D - Bevölkerung und Wirtschaft	D1 - Schutz des Individuums - Rechtsgleichheit	D2 - Gesamtwohl in der Gemeinde	D3 - Ökologische Gestaltung der öffentlichen Leistung	D4 - Soziale Gestaltung der öffentlichen Leistung	D5 - Transparente Kommunikation und demokratische Einbindung	
Bevölkerung und ihre Organisationen	D1.1 - Individuelles Wohl des Individuums in der Gemeinde	D2.1 - Gesellschaftliches Wohlergehen	D3.1.1 - Dimension der Nachhaltigkeit öffentlicher Leistungen	D4.1.1 - Soziale Gerechtigkeit öffentlicher Leistungen	D5.1.1 - Transparenz	
Wirtschaft und ihre Organisationen	D1.2 - Menschenwürdiges Wirtschaften in der Gemeinde	D2.2 - Solidarisches Wirtschaften in der Gemeinde	D3.1.2 - Schaffung einer ökologischen Kultur	D4.1.2 - Schaffung einer sozialen Kultur	D5.1.2 - Demokratische Beteiligung	
Staatsprinzipien des Gemeinwohls	Rechtsstaatsprinzip	Gemeinnutz	Umweltverantwortung	Sozialstaatsprinzip	Demokratie	

zukünftige Generationen	E1	E2	E3	E4	E5
STAATSPRINZIPIEN DES GEMEINWOHLS	RECHTSSTAATSPRINZIP	GEMEINNUTZ	UMWELT-VERANTWORTUNG	SOZIALSTAATSPRINZIP	DEMOKRATIE



D2.2 Solidar. Wirtschaften

Bewertungsstufen

Mindestanforderung	Entwicklung	Höchstes Ziel
Wir beschränken uns auf die gesetzlich vorgeschriebenen Aufgaben und reagieren nur im Einzelfall auf Interessen und Initiativen von Akteur*innen der Wirtschaft.		Wir betreiben auf der Basis der fünf Grundwerte eine intensive Vernetzung aller Akteur*innen der Wirtschaft und nutzen Potenziale und Synergien für das solidarische Wirtschaften.

R – Risiko: Wir erachten die Auseinandersetzung mit dieser Thematik als verzichtbar.

Unsere Einstufung

R	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10



Weitere Anwendungsfälle

- Gemeinwohl-Prüfung für Investitionen bzw. Kredite (Gemeinwohl-Kalkulation)
- Bewertung von Unternehmen bei der kommunalen Vergabe von Gewerbegrundstücken (Bsp. Bornheim)



Fragen?

Kontakt

Dr. Richard Schieferdecker
richard.schieferdecker@ecogood.org
Tel. 0151 / 22340520