

Nachhaltiges und ethisches Handeln sind möglich!  
Über Wissen, Wollen und Können zum Tun.  
BNE – Bildung für nachhaltige Entwicklung.

WERT	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
<b>A: LIEFERANT*INNEN</b>	<b>A1</b> Menschenwürde in der Zulieferkette	<b>A2</b> Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	<b>A3</b> Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	<b>A4</b> Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette
<b>B: EIGENTÜMER*INNEN &amp; FINANZPARTNER*INNEN</b>	<b>B1</b> Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	<b>B2</b> Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	<b>B3</b> Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	<b>B4</b> Eigentum und Mitentscheidung
<b>C: MITARBEITENDE</b>				Betriebliche Neuerung und -erz
<b>D: KUND*INNEN &amp; MITUNTERNEHMEN</b>				<b>D1</b> Ethische Kund*innenbeziehung
<b>E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD</b>	<b>E1</b> Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	<b>E2</b> Beitrag zum Gemeinwesen	<b>E3</b> Reduktion ökologischer Auswirkungen	<b>E4</b> Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Modul 9: 90 Min. (2x 20 Min. Input + 2x 25 Min. Gruppenarbeit)

## Die Gemeinwohl-Bilanz

Organisations-Entwicklungs-Instrument für umfassende Nachhaltigkeit und Gemeinwohl-Engagement in Unternehmen und Organisationen

Dr. Ralf Nacke, Dipl.-Volkswirt und Jurist (LMU München)  
Dozent, zertif. Gemeinwohl-Berater und Berater/Coach

**CMP** Competent Management Partners AG  
Unternehmensberatung für Nachhaltigkeit, Zukunftsfähigkeit/Strategie, Veränderungsprozesse, Organisations-Entwicklung und Coaching  
Huobstrasse 25, CH-6333 Hünenberg See  
Tel. +41 41 78302 75  
r.nacke@cmpartners.ch / www.cmpartners.ch



# Kursinhalte Modul 9: Die Gemeinwohl-Bilanz für Unternehmen/Organisationen.

Zielkompetenzen:

- (1) Den Anspruch der Gemeinwohl-Bilanz an umfassende Nachhaltigkeit in Unternehmen und Organisationen kennen lernen.
- (2) Erfahren, was die 20 Kriterien auf der Basis der 4 Werte der Gemeinwohl-Ökonomie entlang der gesamten Wertschöpfungskette (5 Berührungsgruppen) erfordern.
- (3) Bearbeiten, was Kundennutzen und die Vorteile der Gemeinwohl-Bilanz sind – für KMUs und für grosse Unternehmen
- (4) Kennenlernen, welche Formate für die Anwendung der Gemeinwohl-Bilanz in Organisationen zur Verfügung stehen und warum dadurch ein Organisations-Entwicklungs-Prozess ausgelöst wird (Workshop-Reihen, Bestandsaufnahme, Verbesserungsmassnahmen, Peergruppen).
- (5) Verstehen, dass im Rahmen der Gemeinwohl-Berichterstattung auch eine CO2-Bilanz erstellt und eine Auseinandersetzung mit den SDGs (17 UN-Entwicklungsziele) stattfindet.

AGENDA: Lektion mit 2 Std. (90 Min.)

20 Min.	Input zu den ersten zwei Themen (siehe Agenda)
25 Min.	Gruppenaufgabe
20 Min..	Input zu den zwei weiteren Themen
25 Min.	Gruppenaufgabe

- (6) Erfahren, was die Inhalte und der Umfang eines Gemeinwohl-Berichts sind und wie der Prozess durch zertifizierte Gemeinwohl-Berater:innen unterstützt werden kann.
- (7) Kennenlernen von Praxisbeispielen und der Benchmark-Broschüre zur Gemeinwohl-Bilanz.
- (8) Niederschwellige Einstiegsmöglichkeiten für die Gemeinwohl-Bilanz kennenlernen, u.a. über den Einstiegstest im Rahmen einer Peergruppe.

# Modul 9: Die «Gemeinwohl-Bilanz» als OE-Instrument für umfassende Nachhaltigkeit & Gemeinwohl-Engagement in Unternehmen/Organisationen.

## AGENDA

- (1) Beweggründe, warum sich Unternehmen mit Corporate-Responsibility-Instrumenten und insbesondere der Gemeinwohl-Bilanz auseinandersetzen
- (2) Die Gemeinwohl-Bilanz als erprobtes Organisations-Entwicklungs-Instrument für umfassende Nachhaltigkeit und Gemeinwohl-Engagement
- (3) Praxisbeispiele der Gemeinwohl-Bilanz, Benchmarks, Einstiegsmöglichkeiten und was der Prozess Unternehmen bringt
- (4) Kundennutzen und Business Canvas Erkenntnisse der Gemeinwohl-Bilanz in der Praxis



2x Gruppenaufgaben  
zu je 25 Min.  
a) nach Nr. (2) und  
b) nach Nr. (4)

WERT	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
<b>A: LIEFERANT*INNEN</b>	A1 Menschenwürde in der Lieferkette	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette
<b>B: EIGENTÜMER*INNEN &amp; FINANZ-PARTNER*INNEN</b>	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	B4 Eigentum und Mitentscheidung
<b>C: MITARBEITENDE</b>	C1 Mensch am Arbeit			Betriebliche Heizung und sonst
<b>D: KUND*INNEN &amp; MITUNTERNEHMEN</b>	D1 Ethische Kundenbeziehung			Preisgestaltung und Transparenz
<b>E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD</b>	E1 Soziale und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	E2 Beitrag zum Gemeinwert	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

# Druck von aussen hilft: Gründe für Unternehmen, sich umfassend mit „Nachhaltigkeit“ auseinanderzusetzen. Reichen diese schon aus?

## Warum?

Nachhaltigkeit & Verantwortung für **Zukunftsfähigkeit** und **Enkeltauglichkeit**:  
ökologischer Fussabdruck & CO<sub>2</sub>-Reduktion, Einbindung der Lieferkette, Ressourcenschonung & Abfallvermeidung bis Kreislaufwirtschaft, Arbeitsbedingungen, Motivierung der Mitarbeitenden, faire Preise, Transparenz, nachhaltige Kundennutzung, gesellschaftliche Wirkung und Corporate Governance

**Gesetzliche Auflagen** (Umweltschutz, Energieeffizienz, ...) – noch zu gering! Aber die Anforderungen werden steigen! (CO<sub>2</sub>-Preis, ...)

**NGOs und öffentliche Meinung** (Image und Reputation sind sehr wichtig)

**Lieferantenbewertungen** für Nachhaltigkeit und Corporate Responsibility (i.d.R. Lieferanten von Grossunternehmen)



**Anforderungen Finanzindustrie** (Prinzipien für verantwortliches Investieren, Kreditentscheidungen, ...) & **öffentliche Ausschreibungen**

**Kundenerwartungen** an Produkte & Dienstleistungen (LOHAS, Klimajugend, ...)

Umfassende Auseinandersetzung mit den Nachhaltigkeitsanforderungen + konkrete Massnahmen

Am effektivsten wären verbindliche gesetzliche Regelungen und finanzielle Anreize für Unternehmen, die sich wirklich nachhaltig verhalten! Soweit ist der Gesetzgeber aber noch nicht.

# Der Weg nachhaltiger Unternehmen – Implementierung von «Projektstatus» bis zu «Systemisches Verständnis»

## Implementierungsgrad Nachhaltigkeit / Corporate Responsibility in Unternehmen

Ebene 3

Systemisches Verständnis

Nachhaltigkeit des Unternehmens ist „systemisch“ relevant



Ebene 2

Geschäftsprozesse

Nachhaltigkeit ist im Geschäftsmodell verankert

Ebene 1

Projekte

Nachhaltigkeit hat Projektcharakter

Ebene 0

Gesetzliche Auflagen erfüllen (= re-aktiv)



Es gibt viele Standards für Nachhaltigkeit. Wichtig ist, dass nicht nur Reports geschrieben, sondern umfassende Massnahmen ergriffen werden.

Wir sind ein  
**GEMEINWOHL  
UNTERNEHMEN**  
und erstellen die Gemeinwohl-Bilanz

Ziel / Vision (der GWÖ): Je

- sozial verantwortlicher
- ökologisch nachhaltiger
- demokratischer
- kooperativer ...

... desto grösser sollten die Vorteile für ein Unternehmen sein!



## CSR: 7 Kernthemen



United Nations Global Compact



GUIDE TO CORPORATE SUSTAINABILITY



# Zwei Beweggründe von Unternehmen für Nachhaltigkeit. Wirkliche Nachhaltigkeit erfordert die Perspektive «Outside-in».

## Zertifikat?

### Inside – Out



- Reputation und Image als Hauptgrund?
- Wesentlichkeit (nur das wichtigste)
- Reduktion negativer Auswirkungen

## Nachhaltig sein? (weitergehend / KVP)

### Outside - In



- Nachhaltigkeit in der Strategie und den Geschäftsprozessen verankert – bis wird systemisch gelebt
- Pro-aktives Verhalten hinsichtlich nachhaltiger Produkte; Kundenerwartungen frühzeitig erkennen und evtl. übertreffen
- Positive Beiträge für die Stakeholder und die Gesellschaft (inkl. SDGs)

Nach dem Konzept der doppelten Wesentlichkeit muss ein Unternehmen sowohl darüber berichten, wie sein Geschäft von Nachhaltigkeitsthemen betroffen ist („inside - out“), als auch darüber, wie sich seine Aktivitäten auf Gesellschaft und Umwelt auswirken („outside - in“).

# Unternehmen brauchen einen Codex für ihr Verhalten, damit Nachhaltigkeit in allen Bereichen gesichert ist.

---



Die Anforderungen klassischer Nachhaltigkeitsstandards sind nicht weitreichend genug und zu unverbindlich. Deshalb zusätzlich:

- (1) Klimaneutralität und drastische Absenkung des CO<sub>2</sub>-Fussabdrucks
- (2) Konsistenz & Suffizienz (nicht nur Effizienz): Ressourcenschonung, Langlebigkeit von Produkten, Sharing, re-use, re-pair, Kreislaufwirtschaft, Abfallreduktion und ökologische Entsorgung
- (3) Einbindung gesamte Lieferkette & mehr Fokus auf Regionalität
- (4) Faire Preise und Preistransparenz
- (5) Sinn-volle Produkte für Kund:innen und ressourcenschonende Kundennutzung → «grünes Schrumpfen»
- (6) Menschen als Subjekte behandeln und menschliche Beziehungen fördern
- (7) Hohe Zufriedenheit der Mitarbeitenden
- (8) Stärkerer Fokus auf Kooperation und Solidarität mit anderen Unternehmen
- (9) (Soziales) Engagement für die Gesellschaft
- (10) ...





# Modul 9: Die «Gemeinwohl-Bilanz» als OE-Instrument für umfassende Nachhaltigkeit & Gemeinwohl-Engagement in Unternehmen/Organisationen.

## AGENDA

- (1) Beweggründe, warum sich Unternehmen mit Corporate-Responsibility-Instrumenten und insbesondere der Gemeinwohl-Bilanz auseinandersetzen
- (2) Die Gemeinwohl-Bilanz als erprobtes Organisations-Entwicklungs-Instrument für umfassende Nachhaltigkeit und Gemeinwohl-Engagement
- (3) Praxisbeispiele der Gemeinwohl-Bilanz, Benchmarks, Einstiegsmöglichkeiten und was der Prozess Unternehmen bringt
- (4) Kundennutzen und Business Canvas Erkenntnisse der Gemeinwohl-Bilanz in der Praxis



2x Gruppenaufgaben  
zu je 25 Min.  
a) nach Nr. (2) und  
b) nach Nr. (4)

WERT	MENSCHENWÜRDIGKEIT	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG
<b>A: LIEFERANT*INNEN</b>	A1 Menschenwürde in der Lieferkette	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette	A4 Transparenz und Mitbestimmung in der Lieferkette
<b>B: EIGENTÜMER*INNEN &amp; FINANZ-PARTNER*INNEN</b>	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	B4 Eigentum und Mitbestimmung
<b>C: MITARBEITENDE</b>	C1 Mensch am Arbeitsplatz			Betriebliche Heizung und sonst.
<b>D: KUND*INNEN &amp; MITUNTERNEHMEN</b>	D1 Ethische Kundenbeziehung			Preisgestaltung und -transparenz
<b>E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD</b>	E1 Soziale und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	E2 Beitrag zum Gemeinwert	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitbestimmung



# Einstiegsvideo zur Gemeinwohl-Bilanz.

---



Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ) erklärt (2019 / 3:50 Min.)  
<https://www.youtube.com/watch?v=j2ZuiE-U1rk>

# Gemeinwohl-Bilanz als Transformations-Instrument für Unternehmen, Organisationen und Gemeinden.

<b>Werte</b>	Menschenwürde	Solidarität und Gerechtigkeit	Ökologische Nachhaltigkeit	Transparenz + Mitentscheidung
<b>Beziehung zu</b>				
Lieferant*innen				
Geldgeber*innen				
Mitarbeiter*innen				
Kund*innen				
Gesell. Umfeld				

**20 Themen mit jeweils -.. bis +.. Punkten insgesamt maximal 1.000 Punkte sichtbar auf allen Produkten**

Alle Produkte erhalten ein Gemeinwohl-Label mit der Punktezahl. Konsument:innen können dadurch bewusste Kaufentscheidungen treffen. Die Politik verschafft Unternehmen mit hoher Punktezahl rechtliche Vorteile.

# Die «Gemeinwohl-Bilanz» (Matrix 5.0.1) – 4 bzw. 5 grundlegende Werte, die über die gesamte Wertschöpfungskette überprüft werden.

WERT	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
BERÜHRUNGSGRUPPE				
LIEFERANT*INNEN	Jedes menschliche Wesen an sich ist wertvoll, schützenswert und einmalig, unabhängig von Herkunft, Alter, Geschlecht und anderen Merkmalen.	Solidarität und Gerechtigkeit sind zwei nahestehende Werte, deren Gemeinsamkeit in Empathie, Wertschätzung und Mitgefühl mit anderen sowie im Recht auf Chancengleichheit liegt.	Ökologie betrachtet die Beziehungen der Lebewesen zu ihrer Umwelt (unsere Lebensgrundlage). Durch die Eingriffe des Menschen ist diese massiv bedroht.	Transparenz ist notwendig, damit mündige Berührungsgruppen mitentscheiden können. Das erfordert die Offenlegung aller für das Gemeinwohl bedeutenden Informationen (auch von kritischen Daten).
EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	Der Mensch und letztendlich jedes Lebewesen hat eine Existenzberechtigung, verdient Wertschätzung, Respekt und Achtung. Das menschliche Individuum steht dabei über jeder Sache und Vermögenswerten. Der Mensch steht im Mittelpunkt.	Beide Werte zielen darauf ab, Ungerechtigkeit zu reduzieren, Verantwortung zu teilen und eine Balance zwischen Stark und Schwach herzustellen.	Unternehmen sind auch gefordert, ihren Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung zu leisten (soll den Bedürfnissen der heutigen und zukünftigen Generation entsprechen).	Mitentscheidung beinhaltet die Mitwirkung von Berührungsgruppen an den Entscheidungen, vor allem bei jenen, die sie selbst betreffen.
MITARBEITENDE	Die Menschenwürde ist unabhängig von der Verwertbarkeit der menschlichen Arbeitskraft und „unantastbar“.		Die Nachhaltigkeit von Produkten und Dienstleistungen kann nur dann bewertet werden, wenn der gesamte Lebensweg betrachtet wird.	
KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN				
GESELLSCHAFTLICHES UMFELD				

# Die «Gemeinwohl-Bilanz» (Matrix 5.0.1) – ein wirkungsvoller OE-Prozess für umfassende Nachhaltigkeit, der auch die SDGs mit integriert.

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

20 Kriterien zu 4 Werten und über die gesamte Wertschöpfungskette mit Bewertung (=Vergleichbarkeit)  
 Unterlagen (Handbuch, Vorlagen, ...) frei downloadbar - <https://gemeinwohl-bilanz.ch/arbeitsunterlagen>

# Was mit dem Prozess Gemeinwohl-Bilanz in Unternehmen erreicht werden kann.

Werte

MENSCHENWÜRDE

SOLIDARITÄT UND  
GERECHTIGKEIT

ÖKOLOGISCHE  
NACHHALTIGKEIT

TRANSPARENZ UND  
MITENTSCHEIDUNG

(1) Das **Anforderungsspektrum** für **Nachhaltigkeit** kennen zu lernen auf Basis der 20 Kriterien.

(2) **Bestandsaufnahme** über die gesamte Wertschöpfungskette (unter Einbezug der jeweiligen Stakeholder)

(3) **Best Practice**-Einsichten bekommen (Benchmark-Analyse u./o. Peergruppen-Prozess)

(4) **Verbesserungs-Potentiale** pro Kriterium identifizieren und mit konkreten Massnahmen unterlegen

(5) Kurz- und Langfrist-**Ziele** definieren (möglichst mit KPIs)

BERÜHRUNGSGRUPPE
LIEFERANT*INNEN
EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ- PARTNER*INNEN
MITARBEITENDE
KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN
GESELLSCHAFT- LICHES UMFELD

(6) **Wesentlichkeitsbetrachtung**: gesellschaftliche Wirkung und in der Branche - wo bestehen wichtige Impact-Möglichkeiten?


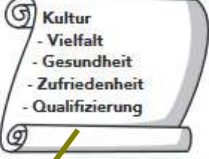


(7) Ausweis des **ökologischen Fussabdrucks** (CO2-Bilanz) mit geplanten Reduktionsmassnahmen und einem Bekenntnis zur Klimaneutralität

(8) Den Beitrag des Unternehmen zu den **SDGs** (17 UN-Entwicklungszielen) ausweisen

(9) **Zukunftsfähige** und nachhaltige **Ausrichtung** des Unternehmen – pro-aktiv und künftigen Kundenbedürfnissen gerecht werden

(10) Die **Geschäftsleitung** und das ganze Unternehmen **für Nachhaltigkeit gewinnen** und diese in den weiteren Prozess mit einbinden

# C-Kriterien Mitarbeitende – Fragenkatalog C1 und C3 (Kompaktbilanz)

WERT	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
BERÜHRUNGSGRUPPE				
MITARBEITENDE	<b>C1</b> Menschenwürde am Arbeitsplatz	<b>C2</b> Ausgestaltung der Arbeitsverträge	<b>C3</b> Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	<b>C4</b> Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz
				

## Einstiegsfrage

- Was bedeutet Menschenwürde im Arbeitsleben für unser Unternehmen, und wie können wir für mehr Menschlichkeit im Unternehmen sorgen?



## Ein GWÖ-Unternehmen ...

- lebt eine respektvolle und offene Unternehmenskultur und Kommunikation.
- sorgt für einen Einsatz der Mitarbeitenden nach ihren persönlichen Stärken, schafft Handlungsspielräume für Selbstorganisation und fördert die persönliche und berufliche Entwicklung aller Mitarbeitenden.
- sieht Diversität als Ressource.



## Berichtsfragen

- Wie kann die Unternehmenskultur im Unternehmen beschrieben werden?
- Welche Maßnahmen zu betrieblicher Gesundheitsförderung und zum Arbeitsschutz wurden umgesetzt, und wie werden sie evaluiert?
- Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von und beim Umgang mit Mitarbeitenden, und welche Betriebsvereinbarungen bzw. Maßnahmen gibt es bereits?

## Einstiegsfrage

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



## Ein GWÖ-Unternehmen ...

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



## Berichtsfragen

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

# Der Prozess ermöglicht «Bewertung»: Nur wenige Unternehmen haben bislang die 600 Punkte-Marke erreicht. Es geht um Bewusstseins-Bildung.

WERT BERÜHRUNGSGRUPPE	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Demokrat. Mitbestimmung & Transparenz
<b>Negativ-Kriterien</b>	Verletzung der ILO-Arbeitsnormen/ Menschenrechte <b>-200</b>	Feindliche Übernahme <b>-200</b>	Illegitime Umweltbelastungen <b>-200</b>	Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens <b>-200</b>	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Töchter <b>-100</b>
	Menschenunwürdige Produkte, z.B. Tretminen, Atomstrom, GMO <b>-200</b>	Sperrpatente <b>-100</b>	Verstöße gegen Umweltauflagen <b>-200</b>	Arbeitsplatzabbau oder Standort- verlagerung bei Gewinn <b>-150</b>	Verhinderung eines Betriebsrats <b>-150</b>
	Beschaffung bei / Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen <b>-150</b>	Dumpingpreise <b>-200</b>	Geplante Obsoleszenz (kurze Lebensdauer der Produkte) <b>-100</b>	Umgehung der Steuerpflicht <b>-200</b>	Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbies / Eintragung in das EU-Lobbyregister <b>-200</b>
				Keine unangemessene Verzinsung für nicht mitarbeitende Gesellschafter <b>-200</b>	Exzessive Einkommens- spreizung <b>-100</b>

Wir sind ein  
**GEMEINWOHL  
UNTERNEHMEN**  
und erstellen die Gemeinwohl-Bilanz



Bewertungsstufe	Skalenbereich	Punkte
Vorbildlich	7 - 10	651 bis 1'000
Erfahren	4 - 6	351 bis 650
Fortgeschritten	2 - 3	151 bis 350
Erste Schritte	1	51 bis 150
Basislinie	0 (gesetzlicher Standard)	< 0 bis 50

Ziel / Vision: Je

- sozial verantwortlicher
- ökologisch nachhaltiger
- demokratischer
- kooperativer ...

*... desto grösser sollten die Vorteile für ein Unternehmen sein!*





# Die SDGs werden in den 20 Kriterien der Gemeinwohl-Bilanz (Matrix 5.0) abgebildet und hinterfragt (Reporting unter E1).

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

## SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Reference: Kasper, M.: Linking the Common Good Balance Sheet and the Sustainable Development Goals (SDGs)



Quelle: [www.ecogood.org/de/menu-header/blog/die-sustainable-development-goals-und-das-gemeinwohl/](http://www.ecogood.org/de/menu-header/blog/die-sustainable-development-goals-und-das-gemeinwohl/)



# Umgehend Massnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen.



Für Unternehmen bzw. Organisationen sind bei der Förderung von SDG 13 vor allem folgende Handlungsfelder relevant:

- (1) Konsequente Reduzierung der Treibhausgas-Emissionen und des CO<sub>2</sub>-Fussabdrucks.
- (2) Bezug von Energie aus erneuerbaren Energiequellen (Sonne, Wind, Wasserkraft, Geothermie).
- (3) Investitionen in Technologien, die die Ressourcen-Effizienz des Produktportfolios erhöhen und somit auch den Verbraucher:innen einen nachhaltigeren Konsum ermöglichen.
- (4) Entwicklung eines Verständnisses für Klimarisiken und Ressourcenschonung unter Berücksichtigung von Resilienz in der Zulieferkette.
- (5) Förderung von klimabewusstem Verhalten und Aufbau von Kapazitäten für Klimaschutzmassnahmen – im Unternehmen und bei Kund:innen.
- (6) Entwicklung und Umsetzung von Suffizienz-Strategien.
- (7) Zusammenarbeit mit Umweltschutzorganisationen zur Unterstützung einer umweltfreundlicheren Politik.

IKEA weltweit CO<sub>2</sub>-Emissionen 2015: 37 Mio. t



Link zum Download:

[http://www.visionintegration.ch/www.visionintegration.ch/Downloads\\_files/GWO%CC%88-fo%CC%88rdert-SDGs-190828.pdf](http://www.visionintegration.ch/www.visionintegration.ch/Downloads_files/GWO%CC%88-fo%CC%88rdert-SDGs-190828.pdf)

# Studie: Bewertung der Rahmenwerke für Nachhaltigkeit



Farbliche Abstufung  
(bei maximal 5 erreichbaren Punkten):  
0-1,9    2,0-3,4    3,5-5

Fazit: Die Gemeinwohl-Bilanz schneidet am besten von allen Rahmenwerken ab. Dabei wird ihre Qualität als mächtiges «Organisations-Entwicklungs-Instrument» noch nicht berücksichtigt.

## Bewertungs-Kriterien:

- (1) Transparenter Entwicklungsprozess (Ø 3,2)
- (2) Vollständigkeit (Ø 3,3)
- (3) Praktikabilität (Anwender\*innen) (Ø 2,7)
- (4) Verständlichkeit (Zielgruppen) (Ø 1,3)
- (5) Bewertbarkeit & Vergleichbarkeit (Ø 2,2)
- (6) Wirksamkeit (Ø 3,0)
- (7) Überprüfbarkeit (Ø 2,0)
- (8) Rechtsverbindlichkeit (Ø 1,9)
- (9) Anreize (Ø 2,1)
- (10) Sichtbarkeit (Ø 1,7)



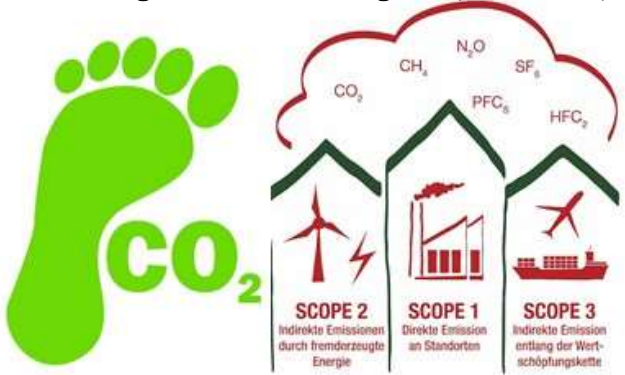
Quelle: <https://www.iass-potsdam.de/de/news/der-weg-zum-globalen-nachhaltigkeitsbericht>  
[https://www.iass-potsdam.de/sites/default/files/2020-09/Studie\\_PuNa\\_Endfassung\\_IASS\\_Study\\_final.pdf](https://www.iass-potsdam.de/sites/default/files/2020-09/Studie_PuNa_Endfassung_IASS_Study_final.pdf)

	Transparenter Entwicklungsprozess	Vollständigkeit	Praktikabilität (Anwender*innen)	Verständlichkeit (Zielgruppe)	Bewertbarkeit & Vergleichbarkeit	Wirksamkeit	Überprüfbarkeit	Rechtsverbindlichkeit	Anreize	Sichtbarkeit	
Durchschnittswerte	3,2	3,3	2,7	1,3	2,2	3,0	2,0	1,9	2,1	1,7	
<b>Verhaltenskodizes für nachhaltig-ethisches Handeln</b>											
MNU-Erklärung	5	2,5	1	-	0,5	2	-	2	0,5	0	
OECD-Leitsätze	3,5	4,5	2,5	-	0,5	3	-	2	0,5	0	
<b>Rahmenwerke für Nachhaltigkeitsmanagement</b>											
ISO 26000	2,5	3,5	2,5	2	2	2,5	-	0	0,5	0	
SA8000	4,5	1,5	1	-	1,5	3	5	0,5	2	2	
EMAS	3	1,5	5	2	1,5	2	5	3,5	4	3,5	
<b>Rahmenwerke für Nachhaltigkeitsberichterstattung</b>											
B Corp-Zertifizierung	Ø 2,9 (Nr. 3)	2,5	3	4	2	1,5	4	4	2	2,5	3,5
UNGPRF		2,5	1,5	2	1	3,5	3	1	2	1	2
DNK	Ø 3,3 (Nr. 2)	5	4,5	4,5	2,5	4,5	3,5	1,5	2	2	3
Gemeinwohl-Bilanz	Ø 4,1 (Nr. 1)	4	5	3	3,5	3	5	5	4,5	4,5	3
GRI SRS	Ø 2,7 (Nr. 4)	5	4,5	2,5	1,5	4	4	0,5	1,5	1,5	2
UNGC COP		3	2,5	3,5	1,5	1	3	0,5	1,5	2	3
SDG Compass		4	4	3	2	2,5	2,5	0,5	1,5	2,5	0,5
<b>Auswahlinstrumente von nachhaltigen Aktien-Indizes und Fonds</b>											
B.A.U.M. Fair Future Fonds	0,5	4,5	1,5	-	3	1,5	2,5	2	3,5	0,5	
NAI	0	3	2	-	2	3	2	1	2,5	0,5	

Es muss nicht gleich die «Gemeinwohl-Bilanz» (Matrix 5.0) sein. Unternehmen können gut mit einzelnen Themen starten.

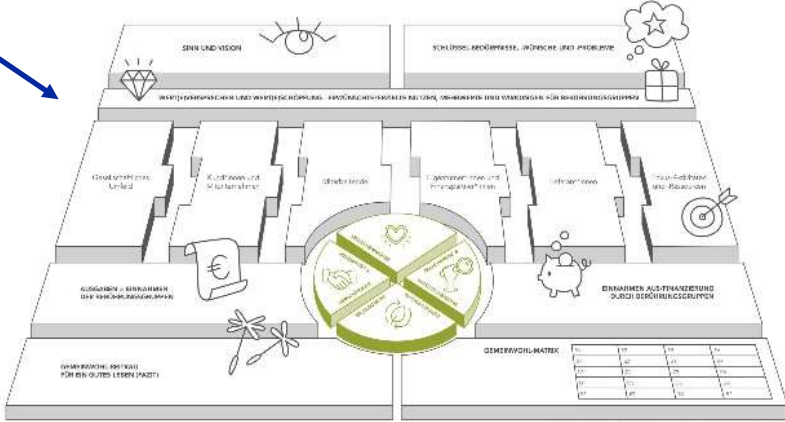
WEIT	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
BERÜHRUNGSGRUPPE				
LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette
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
MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz
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
GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	E2 Beitrag zum Gemeinwesen	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Ökologische Nachhaltigkeit (A3 bis E3)



SDGs (UN-Entwicklungsziele) (E1)

Mitarbeitende & Unternehmens-Kultur (C-Kriterien)




Ecogood Business Canvas (D-Kriterien)

# Modul 9: Die «Gemeinwohl-Bilanz» als OE-Instrument für umfassende Nachhaltigkeit & Gemeinwohl-Engagement in Unternehmen/Organisationen.

## AGENDA

- (1) Beweggründe, warum sich Unternehmen mit Corporate-Responsibility-Instrumenten und insbesondere der Gemeinwohl-Bilanz auseinandersetzen
- (2) Die Gemeinwohl-Bilanz als erprobtes Organisations-Entwicklungs-Instrument für umfassende Nachhaltigkeit und Gemeinwohl-Engagement
- (3) Praxisbeispiele der Gemeinwohl-Bilanz, Benchmarks, Einstiegsmöglichkeiten und was der Prozess Unternehmen bringt
- (4) Kundennutzen und Business Canvas Erkenntnisse der Gemeinwohl-Bilanz in der Praxis



2x Gruppenaufgaben  
zu je 25 Min.  
a) nach Nr. (2) und  
b) nach Nr. (4)

WERT	MENSCHENWÜRDIGKEIT	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG
<b>A: LIEFERANT*INNEN</b>	A1 Menschenwürde in der Lieferkette	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette	A4 Transparenz und Mitspracherecht in der Lieferkette
<b>B: EIGENTÜMER*INNEN &amp; FINANZ-PARTNER*INNEN</b>	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	B4 Eigentum und Mitspracherecht
<b>C: MITARBEITENDE</b>	C1 Mensch am Arbeitsplatz			Betriebliche Neugier und Innovation
<b>D: KUND*INNEN &amp; MITUNTERNEHMEN</b>	D1 Ethische Kundenbeziehung			Preisbildung und Transparenz
<b>E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD</b>	E1 Soziale und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	E2 Beitrag zum Gemeinwert	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitspracherecht



**GEMEINWOHL  
ÖKONOMIE**  
Bilanzierendes Unternehmen

# Austausch in Kleingruppen – Gruppenarbeit (20 Min.) + Reflektion (5 Min.).

---

## Hinweise für den Gruppenaustausch:

- Bitte die Regeln des «Dialogs» beachten: sich kurz fassen - aktiv zuhören - auf Bewerten/ Beurteilen verzichten - jeden zu Wort kommen lassen - keine Zwiesgespräche - lösungsorientiert vorgehen - ...
- Evtl. eine/n Moderator:in bestimmen (Gesprächsleitung)
- Eine/r sollte auf die Zeit achten. Sie haben 20 Min. für Ihren Dialog/Austausch.
- Haben Sie Freude am Dialog und dem Gruppenaustausch
- Bitte das Flipchart kreativ für die Notizen nutzen

Bitte jemanden bestimmen, der nachher **im Plenum die drei wichtigsten Erkenntnisse vorstellt.**

## Fragen

- (1) Gründe, warum sich Unternehmen umfassend mit Nachhaltigkeit auseinandersetzen sollten? Was sind dabei die wichtigsten Themen bzw. Handlungsfelder?
- (2) Was konkret verstehen Sie unter den beiden Werten «Solidarität und Gerechtigkeit» sowie «Transparenz und Mitentscheidung» bei den Berührungsgruppen «Mitarbeitende» und «Kund:innen»
- (3) Inwieweit wirken die 17 UN-Entwicklungsziele in die Kriterien der Gemeinwohl-Bilanz und bei welchem Kriterium wird explizit dazu berichtet?
- (4) Was überzeugt Sie an der Gemeinwohl-Bilanz? Was sind die vier grössten Vorteile, sich einem solchen Prozess zu stellen?

# Modul 9: Die «Gemeinwohl-Bilanz» als OE-Instrument für umfassende Nachhaltigkeit & Gemeinwohl-Engagement in Unternehmen/Organisationen.

## AGENDA

- (1) Beweggründe, warum sich Unternehmen mit Corporate-Responsibility-Instrumenten und insbesondere der Gemeinwohl-Bilanz auseinandersetzen
- (2) Die Gemeinwohl-Bilanz als erprobtes Organisations-Entwicklungs-Instrument für umfassende Nachhaltigkeit und Gemeinwohl-Engagement
- (3) Praxisbeispiele der Gemeinwohl-Bilanz, Benchmarks, Einstiegsmöglichkeiten und was der Prozess Unternehmen bringt
- (4) Kundennutzen und Business Canvas Erkenntnisse der Gemeinwohl-Bilanz in der Praxis



2x Gruppenaufgaben  
zu je 25 Min.  
a) nach Nr. (2) und  
b) nach Nr. (4)

WERT	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
<b>A: LIEFERANT*INNEN</b>	A1 Menschenwürde in der Lieferkette	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette
<b>B: EIGENTÜMER*INNEN &amp; FINANZ-PARTNER*INNEN</b>	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	B4 Eigentum und Mitentscheidung
<b>C: MITARBEITENDE</b>	C1 Mensch am Arbeit			C2 Betriebliche Haltung und eng
<b>D: KUND*INNEN &amp; MITUNTERNEHMEN</b>	D1 Ethische Kund*innenbeziehung			D2 Preiseng und transparent
<b>E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD</b>	E1 Soziale und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	E2 Beitrag zum Gemeinwert	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

# Die Gemeinwohl-Bilanz ermöglicht den 360°-Blick auf ein Unternehmen. Zudem wird der Impact mit den wesentlichen Handlungsfeldern bestimmt.

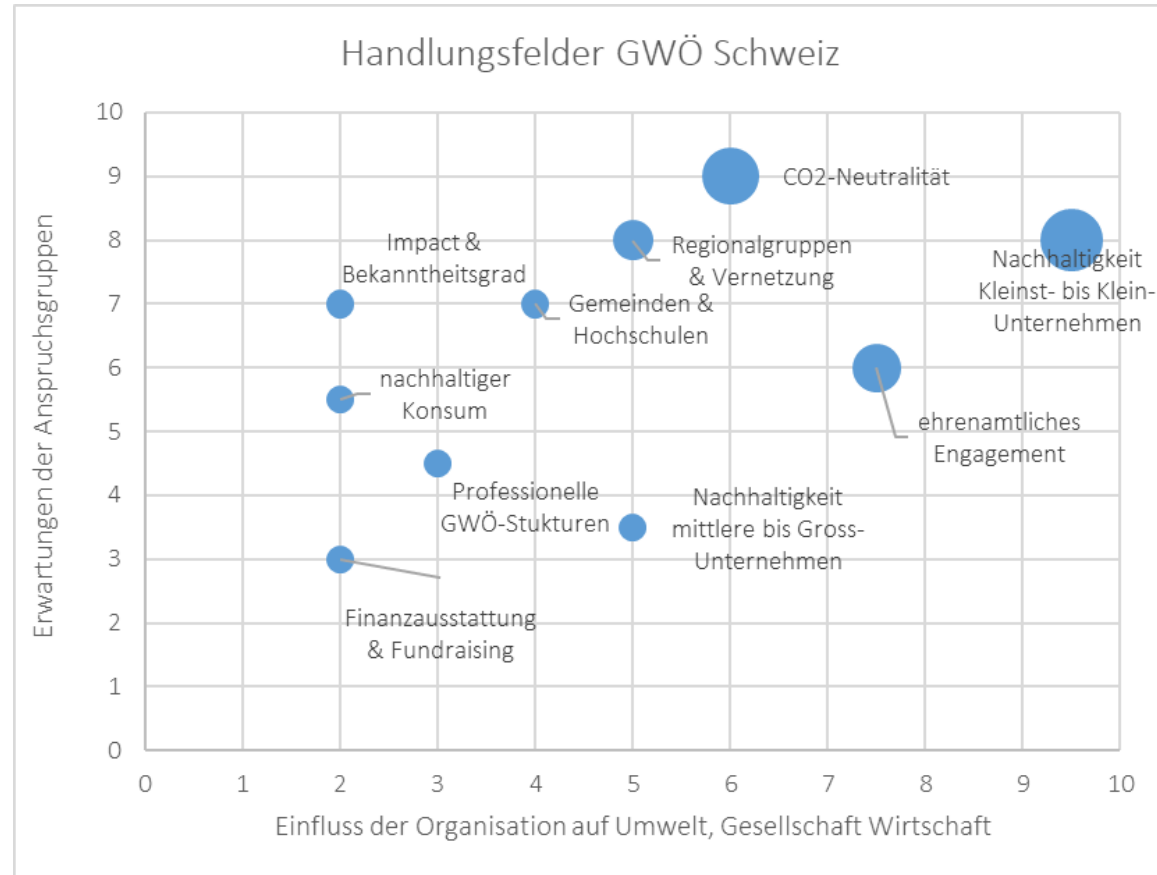
Die Gemeinwohl-Bilanz setzt auf

- (1) Konsequente Werteorientierung
- (2) Ganzheitlichkeit und «Sinn»
- (3) Makroperspektive = gesellschaftliche Ziele
- (4) Quantitatives Ergebnis + Vergleichbarkeit
- (5) Verbesserungs-Massnahmen mit Kurz- und Langfristzielen (KVP und KPIs)

Vorteile / Vorzüge der Gemeinwohl-Bilanz

- (1) Umfassende Nachhaltigkeit & Gemeinwohl-Ausrichtung kennenlernen u. implementieren (20 Kriterien).
- (2) Bestandsaufnahme (IST-Situation) und Verbesserungs-Massnahmen identifizieren.
- (3) 360°-Blick und zugleich wichtige Handlungsfelder mit Impact herausarbeiten.
- (4) Wirkungsvoller Organisations-Entwicklungs-Prozess.
- (5) Mitarbeiter sind motivierter und unterstützen, dass Nachhaltigkeit im Unternehmen umgesetzt und gelebt wird.
- (6) Einfach umsetzbar für KMUs – z.B. im Peergruppen-Prozess (3-5 Unternehmen).

Bsp. Wesentlichkeits-Analyse zur Ermittlung der Wirkung (**Impact**) – Stand 2020





# USPs der Gemeinwohl-Bilanz (Matrix 5.0.1) – Alleinstellungsmerkmale gegenüber anderen Berichts-Standards für Nachhaltigkeit.

WERT	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
BERÜHRUNGSGRUPPE				
<b>A: LIEFERANT*INNEN</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dauer der Geschäftsbeziehungen</li> <li>▪ Marktmacht</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette (komplett)</li> </ul>
<b>B: EIGENTÜMER*INNEN &amp; FINANZ-PARTNER*INNEN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln (komplett)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Abbau von Arbeitsplätzen trotz Gewinn</li> <li>▪ Ausschüttung von überhöhten Gewinnen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Investitionsplan inkl. des ökologischen Sanierungsbedarfs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Eigentum und Mitentscheidung (komplett)</li> </ul>
<b>C: MITARBEITENDE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mitarbeiter-orientierte Unternehmenskultur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Selbstorganisation von Arbeitszeit und -Ort</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ernährung am Arbeitsplatz</li> <li>▪ Schulungen zu ökologischen Verhalten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zugang relevante Daten</li> <li>▪ Auswahlformat für Manager</li> <li>▪ MA-Beteiligungsmöglichkeiten</li> </ul>
<b>D: KUND*INNEN &amp; MITUNTERNEHMEN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kunden auf Augenhöhe</li> <li>▪ Anreize Verkaufs-MA</li> <li>▪ Authentische Werbetätigkeiten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen (komplett)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Förderung eines massvollen Konsums</li> <li>▪ Förderung von re-use und re-pair</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mitwirkungsmöglichkeiten</li> <li>▪ Transparenz Produkt-/ Preisinformationen</li> <li>▪ Umgang mit Beschwerden</li> </ul>
<b>E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Grundbedürfnisse &amp; Nutzenkategorien</li> <li>▪ Unterstützung welcher SDGs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Freiwilliges gesellschaftliches Engagement</li> <li>▪ Unrechtmässige Steuerumgehung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ CO<sub>2</sub>-Neutralität vor 2050</li> <li>▪ Bedenken der Stakeholder hinsichtlich Umweltauswirkungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung</li> </ul>

# Weiterführende Literatur zur Gemeinwohl-Bilanz mit Praxisbeispielen.



Quelle: <https://bayern.ecogood.org/projekt/gwoe-broschuere-good-practices-2021>

## Punkten für das Gemeinwohl und die SDGs

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



# Eine profunde Nachhaltigkeitsausrichtung rechnet sich. Was die Gemeinwohl-Bilanz einem Unternehmen bringt?

Zunächst muss das Unternehmen in den Prozess investieren: externe Unterstützung + interne Zeit der Mitarbeitenden. Aber diese Investition rechnet sich bereits in einem Jahr.

Prozess zur Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz:

- (1) Die Gemeinwohl-Bilanz mit den 20 Kriterien zunächst verstehen (Selbst- und Einstiegstest).
- (2) Benötigt: Internes Team mit Geschäftsleitung, Einkauf, Vertrieb/Marketing, Finanzen und Human Ressource.
- (3) Erprobter Prozess über sieben moderierte Workshops zu je 3,5 Std. in 7-9 Monaten unter Anleitung von zwei zertifizierten externen Gemeinwohl-Berater:innen – möglichst in einer Peergruppe mit anderen Unternehmen (4-6).
- (4) Zwischen den Workshop-Terminen wird der Gemeinwohl-Bericht geschrieben und abgestimmt.
- (5) Die Bewertung in den 20 Kriterien erfolgt erst zum Schluss des Prozesses.
- (6) Der Gemeinwohl-Bericht kann extern auditiert werden; bei Peergruppen erfolgt eine Peerevaluation.

Was mit dem Prozess der Gemeinwohl-Bilanz innerhalb eines Jahres erreicht wird:

1. Kosteneinsparungen durch Effizienz-Massnahmen – u.a. im Ressourcenverbrauch – Material, Strom und Wärme.
2. Erstellung einer CO<sub>2</sub>-Bilanz – sofern bislang nicht schon geschehen – inkl. Verbesserungs-Massnahmen zur weiteren CO<sub>2</sub>-Reduktion.
3. Umfassender Nachhaltigkeitsbericht auf Basis von 20 Kriterien – entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Einfacher anwendbar und umsetzbar als bei anderen Non-Financial-Reporting-Standards (GRI, DNK, EcoVadis, etc.).
4. Statusaufnahme + Ziele vereinbaren + Festlegung von Verbesserungs-Massnahmen.
5. Priorisierung der Massnahmen und parallele Umsetzung kurzfristiger Massnahmen (low hanging fruits).
6. Anregungen und Konzepte für Konsistenz- bis Suffizienz-Massnahmen: Kreislaufwirtschaft, re-pair, re-use, re-cycling, notwendige Partnerschaften, etc.
7. Auseinandersetzung mit den SDGs (17 UN-Entwicklungszielen).
8. Grosses Interesse der Mitarbeitenden an dem Prozess und damit stärkere Identifikation mit dem Unternehmen.
9. Glaubwürdiger Nachhaltigkeits-Bericht (Image/Reputation) und Differenzierung gegenüber Mitbewerbern.

# Testimonials von Unternehmern, die eine Gemeinwohl-Bilanz erstellt haben und die GWÖ-Werte leben.



[www.malerei-wuelser.ch](http://www.malerei-wuelser.ch)



## Jürg Wülser

Geschäftsführer | Malerei Wülser, Winterthur

«Als GWÖ-Unternehmer hat man viele Vorteile: durch nachhaltige, faire und ökologische Arbeitsweise hebt man sich von der grossen Konkurrenz ab, kann transparent über Lieferanten & Materialherkunft kommunizieren und gewinnt dadurch oftmals neue Kunden. Zudem wird man auch als Arbeitgeber attraktiver, hat keine Probleme bei Personal- oder Lehrlingssuche und das interne Arbeitsklima und Teamgeist werden deutlich gesteigert.»

## Amadeus Wittwer

Geschäftsführer | Energie Genossenschaft Schweiz

«Die Messung unseres Unternehmens auf ethische Kriterien ist nebst den üblichen Finanzanalysen ein elementarer Orientierungspunkt. Unser Beitrag für mehr Gemeinwohl ist belegt und weitere Ziele darauf ausgelegt. Ich wünsche mir, dass jede Geschäftsleitung mit diesem Instrument vertraut ist.»



ENERGIEGENOSSENSCHAFT.CH

[www.energiegenossenschaft.ch](http://www.energiegenossenschaft.ch)

# SOTRONIK

[www.sotronik.ch](http://www.sotronik.ch)



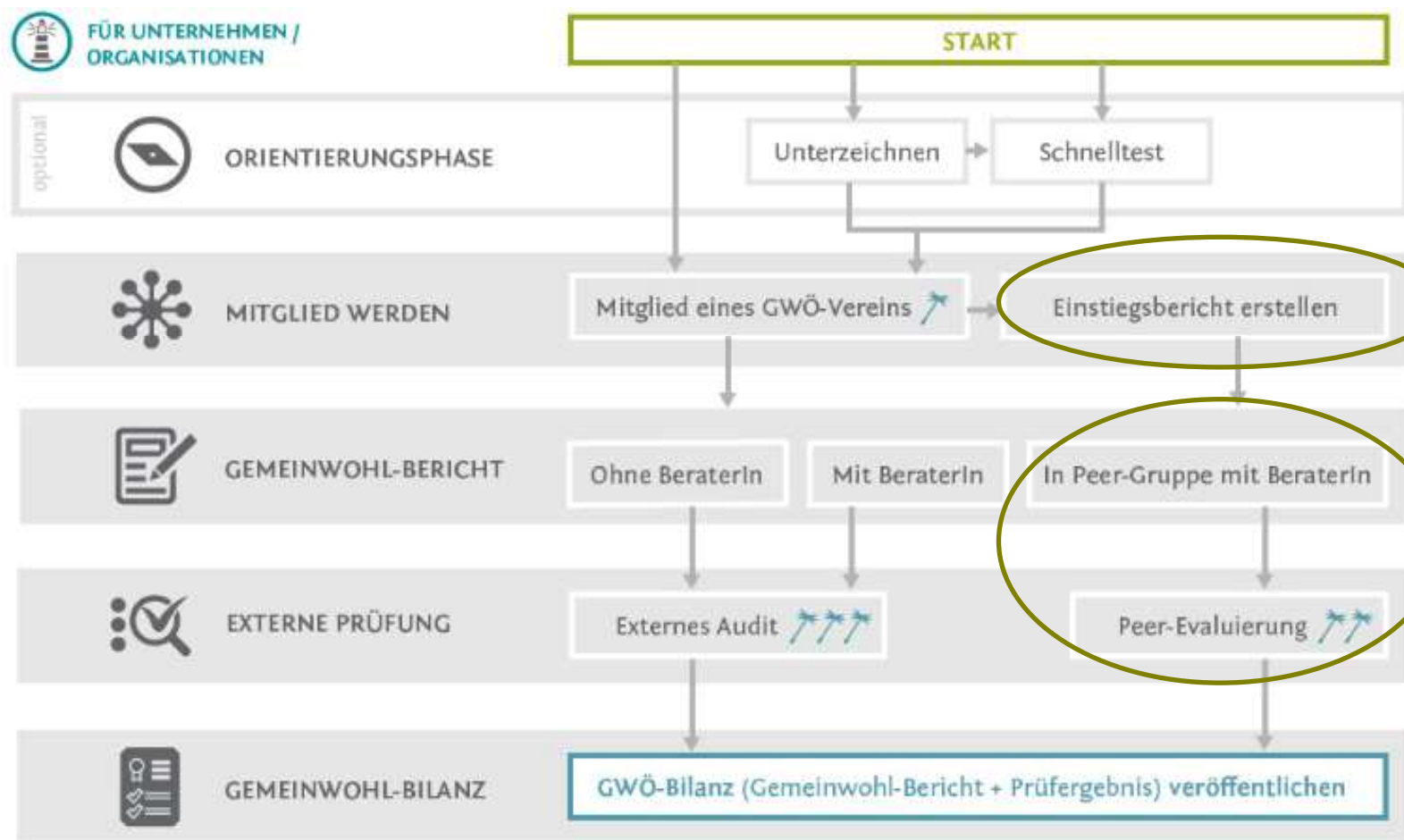
## Gregor Matter und Alain von Ritter

Geschäftsführer | Ingenieurbüro Sotronik GmbH

«Sotronik verpflichtet sich seit der Gründung für das Wohl ihrer Mitarbeiter und der Umwelt, und engagiert sich in diversen Hilfswerken und Organisationen. Die Gemeinwohl-Matrix bietet eine strukturierte und umfassende Methode, unser konkretes Handeln diesbezüglich zu reflektieren und weiter zu entwickeln.»



# Der Weg zur Gemeinwohl-Bilanz.



# Peer-Prozess- und -Evaluierung



ORIENTIERUNGSPHASE



MITGLIED WERDEN



GEMEINWOHL-BERICHT



EXTERNE PRÜFUNG



GEMEINWOHL-BILANZ

**Peer-Prozess & -Evaluierung:** eine Gruppe von Unternehmen (3-5) wird in 7 Workshops professionell von zertifizierten Gemeinwohl-Berater:innen begleitet. Die Erstellung des Gemeinwohl-Berichts wird als **gemeinsamer Lernprozess** erlebt.

Die **Bewertung** der individuellen Gemeinwohl-Beiträge wird in einem **moderierten Evaluationsprozess** von den Peers im Konsensverfahren durchgeführt und dokumentiert. Diese Evaluierung in der Peergruppe ist damit die Überprüfung der Gemeinwohl-Punktevergabe in den individuellen Bilanzen.

Das **Peer-Evaluations-Zertifikat** ist als mögliche Vorstufe zum Audit-Testat ein erstes Gemeinwohl-Gütesiegel: Es bestätigt die Glaubwürdigkeit des Berichts gegenüber den Berührungsgruppen (Stakeholdern) einer Organisation.

## Vorteile Peergruppen-Prozess

- Unternehmen motivieren sich gegenseitig (Zeitplanung, Ressourcen, ...) – Gemeinwohl-Berater:innen als Coach und Moderatoren
- Festes Timing (alle 4-6 Wochen Workshop und den Bericht dazwischen schreiben)
- Von den anderen lernen (Best Practice, praktische Bsp., gemeinsamer Abgleich vs. Arbeitsbuch)
- Gemeinsame Bewertung zum Schluss (Peer-Evaluation)
- Gemeinsame Ausstrahlung/Wirkung nach dem Prozess (Fest, Berichts-Veröffentlichung, Regionalgruppen, ...)

# Durch den Schnelltest bekommen Unternehmen erste Eindrücke zur Gemeinwohl-Bilanz und zu den 20 Kriterien - online möglich.

Link: <https://audit.ecogood.org/schnelltest>

## A Lieferant\*innen

### A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

- Was wissen wir über die Einhaltung der Menschenwürde bei unseren Lieferant\*innen (z. B. Qualität der Arbeitsplätze), speziell bei unseren größten Lieferant\*innen?
- Wie trägt unser Unternehmen zur Schaffung menschenwürdiger Bedingungen

A1



Ziel: Das Unternehmen kann bestätigen, dass die sozialen Risiken in der Zulieferkette überprüft bzw. evaluiert und Massnahmen gegen schwer wiegende Misstände und Menschenrechtsverletzungen unternommen werden.

### A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

- Wie wird für faire und solidarische Geschäftsbeziehungen mit direkten Lieferant\*innen gesorgt, insbesondere durch Ausgestaltung der Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen sowie im operativen Tagesgeschäft?
- Wie überprüft

A2



Ziel: Das Unternehmen kann bestätigen, dass es einen fairen und solidarischen Umgang mit Lieferant\*innen und in der gesamten Zulieferkette fordert und fördert und diese über einen fairen Anteil an der Wertschöpfung verfügen.

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

- Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert?
- Inwieweit findet im Unternehmen eine Auseinandersetzung mit Suffizienz bzw. maßvoller Nutzung der Produkte und Dienstleistungen statt?

D3



Ziel: Das Unternehmen kann bestätigen, dass die ökologischen Auswirkungen überprüft und bessere Alternativen und maßvolle Nutzung angeboten werden, sowie keine übermäßige Nutzung über Preisgestaltung, Anreizsysteme, geplante Obsoleszenz etc. gefördert wird.

## D4 Kund\*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

- Wie beziehen wir Kund\*innen bei der Produktentwicklung und Marktforschung ein, speziell für die Entwicklung nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen?
- Wie transparent sind die Inhalts- und Gefahrenstoffe unserer Produkte sowie die Preisbestandteile?

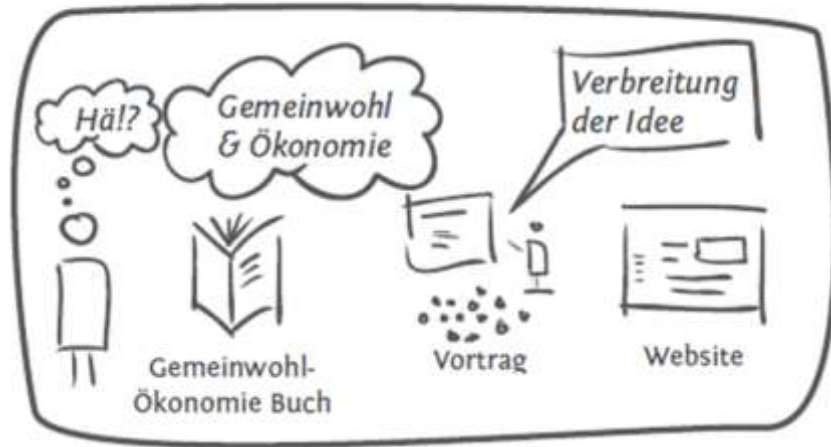
D4



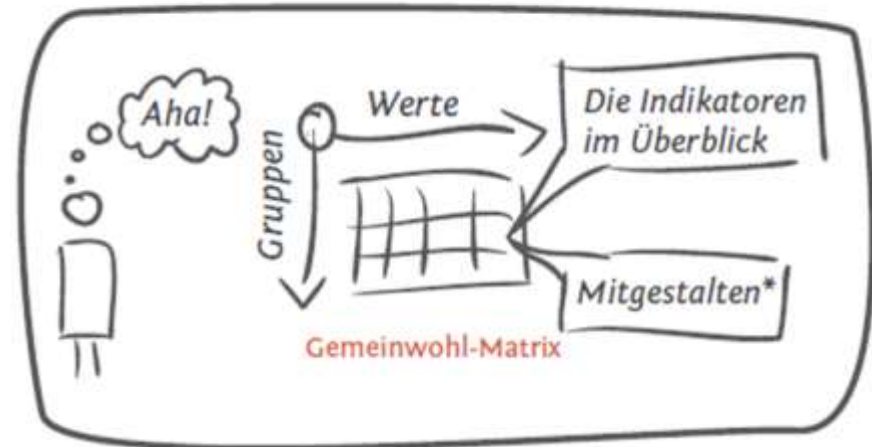
Ziel: Das Unternehmen kann bestätigen, dass die Kund\*innen bei der Produktentwicklung und Marktforschung eingebunden und die Inhalts- und Gefahrenstoffe der Produkte sowie die Preisbestandteile offen gelegt werden.

Ziel: Unternehmen sollen die Gemeinwohl-Bilanz und was es ihnen bringt, schnell verstehen lernen. Der «Einstiegstest» hilft hier weiter.

### SCHRITT 1: KENNENLERNEN



### SCHRITT 2: VERSTEHEN



### SCHRITT 3: EINSTEIGEN





# Der «Einstiegstest» mit den 20 Kriterien lässt Unternehmen erkennen, worauf es ankommt. Eine Peergruppe unterstützt den Prozess.

Anspruch: auf dem Weg zur Gemeinwohl-Bilanz – ein möglicher Einstieg



## Schnell- bzw. Einstiegstest für Unternehmen

zur ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit nach der «Gemeinwohl-Bilanz» (Matrix 5.0.1)

Einstiegstest auf Grundlage der Berichtsfragen  
- vorzugsweise in einer Peergruppe (3-5 Unternehmen).

Ergebnisse:

- i. Auseinandersetzung mit den 20 Kriterien: Situationsanalyse, Schwächen/Lücken entdeckt, mögliche Verbesserungsmassnahmen erkannt,
- ii. Ideen/Inspiration von anderen Unternehmen (Peergruppe) erhalten,
- iii. Gemeinsame Beurteilung/Evaluierung, wo das Unternehmen steht,
- iv. erste Notizen für einen späteren Gemeinwohlbericht gemacht,
- v. verstanden, was die Gemeinwohl-Bilanz dem Unternehmen bringt.

## (1) Mitarbeitende

### a) Menschenwürde im Betrieb

Ein nachhaltiges Unternehmen ...

- lebt eine respektvolle und offene Unternehmenskultur und Kommunikation.
- sorgt für einen Einsatz der Mitarbeitenden nach ihren persönlichen Stärken, schafft Handlungsspielräume für Selbstorganisation und fördert die persönliche und berufliche Entwicklung aller Mitarbeitenden.
- sieht Diversität als Ressource.

Berichtsfragen

- Wie kann die Unternehmenskultur im Unternehmen beschrieben werden?
- Welche Massnahmen werden zur Erweiterung der Kompetenzen für Mitarbeitende umgesetzt?
- Welche Massnahmen wurden zu betrieblicher Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz umgesetzt und wie werden sie evaluiert?
- Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von sowie im Umgang mit Mitarbeitenden und welche Betriebsvereinbarungen bzw. Massnahmen gibt es bereits?

Messbare Indikatoren (*müssen im Einstiegstest nicht beantwortet werden*)

- Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit
- Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro Mitarbeitendem bzw. nach Führungsebene
- Gesundheits-/Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung)
- Anzahl und Ausmass der Betriebsunfälle
- In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit / Diversität: Inhalte + Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden
- Demografische Verteilung der Mitarbeitenden des Unternehmens im Hinblick auf Dimensionen der Diversität (Alter, Geschlecht, Ethnie, körperliche / psychische Einschränkungen, ... – sofern erhebbar und relevant)

Erkannte Verbesserungs-Möglichkeiten?

Konkrete Projekte zur Verbesserung?

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen?

Bewertungsstufen (4 bis 0)

Vorbildlich (4)

Innovative und/oder umfassende Lösungen für eine mitarbeitenden-orientierte Unternehmenskultur, zur Verbesserung von Gesundheit am Arbeitsplatz bzw. zur Förderung von Diversität werden nachhaltig und selbstverständlich gelebt und von Mitarbeitenden als solche erlebt.

Für Unternehmen: [www.gemeinwohl-bilanz.ch](http://www.gemeinwohl-bilanz.ch). Unter Ressourcen werden die Arbeitsunterlagen für die Gemeinwohl-Bilanz zur Verfügung gestellt.



für Kleinunternehmen

## WIE VERÄNDERT DIE GEMEINWOHL-ÖKONOMIE UNSERE WIRTSCHAFT?

Unsere Vision

- Sinnvolles Umwelt- und Klimaverhalten
- Regeneratives Wirtschaften zur Ressourcenschonung
- Die Schere der sozialen Ungleichheiten wird deutlich geringer
- Langlebige, nachhaltige Produkte setzen sich durch
- Mehr Kooperation, faires Miteinander und mehr Wertschöpfung verbleibt in der Region
- Gute und sinnvolle Arbeitsplätze werden geschaffen
- Menschen als «Subjekte»: Das wirtschaftliche Miteinander wird wieder menschlicher

# Ablauf der 7 Workshops Kompaktbilanz.

SEKTOR	MENSCHENWÜRDIGKEIT	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG
LIEFERANT:INNEIN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	A4 Transparenz und Mitbestimmung in der Zulieferkette
EIGENTÜMER:INNEIN & FINANZPARTNER:INNEIN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geschäftspartnern	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geschäftspartnern	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	B4 Eigenkapital und Mitbestimmung
MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	C2 Ausstattung der Arbeitnehmenden	C3 Förderung der ökologischen Nachhaltigkeit der Mitarbeitenden	C4 Involvement und Transparenz
KUND:INNEIN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kundenbeziehungen	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitarbeitenden	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	D4 Kund:innen-Mitwirkung und Produkttransparenz
GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	E2 Beitrag zum Gemeinwesen	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitbestimmung

Start: Jan. 2024 – alle 3-4 Wochen – fixer Termin, z.B. Mo. o. Do.  
Nachmittag (3 Std.) – ca. 6-7 Monate bis zu den finalen Berichten

## Inhalte

- Kick-off Zoom im Jan. 2024 (1,5 Std.): Vorstellungsrunde, gegenseitige Abstimmung & Festlegen des weiteren Prozesses – inkl. Termine
1. WS: Grundsätzliches, Nachhaltigkeit, Werte, Beschreibung der Unternehmen + Kriterien C Mitarbeitende (alle 4 Werte)
  2. WS: Kriterien D Kunden:innen + Berichte Kriterien C
  3. WS: Kriterien E Ges. Umfeld (inkl. SDGs und CO<sub>2</sub>) + Berichte D
  4. WS: Kriterien A Lieferant:innen + Berichte E
  5. WS: Kriterien B Eigentümer:innen/Finanzpartner:innen + Berichte A
  6. WS: Summary, Ziele, Gesamtbericht & Bewertung
  7. WS: «Bewertung» (Punkte) - Konsensbildung
- Virtuell: Nachbearbeitung und Finalisierung der Berichte
  - Klären: Einzelaudits?
  - Klären: Übergabe Zertifikate und Fest?

## Aufwand Peergruppen-Prozess

- Interner Aufwand pro Unternehmen: ca. 60-70 Std. über 6-7 Mon. (OE-Prozess – nicht nur Bericht)
- Externer Aufwand: pauschal 3'000 CHF pro Unternehmen f. Gemeinwohl-Berater:innen (150-180 CHF/Std.) / ein/e Senior- und ein/e Junior-Berater:in + Peeraudit-Gebühr (150 €)
- Externes Audit (Anz. MA > 3'500 CHF)
- Jahresbeitrag o. jährliche Spende GWÖ Schweiz: 360 bis ca. 720 CHF (= Solidarität mit der Bewegung)

# Inhalte & Umfang des Gemeinwohl-Berichts

ca. 38-45 Seiten – möglichst mit vielen Bildern

## Inhalte

1. Allgemeine Informationen zum Unternehmen
2. Unternehmens-Portrait (Kurz-Präsentation)
3. Produkte & Dienstleistungen
4. Das Unternehmen und das Gemeinwohl
5. Gemeinwohl-Matrix (Ergebnis Bewertung) + Ergebnis Wesentlichkeitsanalyse
6. *Ökologischer Fussabdruck*
7. *Impact 17 UN-Entwicklungsziele (SDGs)*
8. Ausblick mit Kurz- und Langfrist-Zielen

6-8 Seiten



Gemeinwohl-Bericht «Kompaktbilanz»

9. Kriterien A1-A4 (Lieferant\*innen)
10. Kriterien B1-B4 (Eigentümer\*innen und Finanzpartner\*innen)
11. Kriterien C1-C4 (Mitarbeitende)
12. Kriterien D1-D4 (Kund\*innen & Mitunternehmen)
13. Kriterien E1-E4 (Gesellschaftliches Umfeld)

30-35 Seiten  
1,5 bis 2 S./  
Kriterium



2-3 Seiten

14. EU-Konformität (Non-Financial Reporting)
15. Beschreibung des Prozesses Gemeinwohl-Bilanz
16. Anlagen

# Nachhaltigkeits-Engagement: Fördernde Faktoren und Hindernisse in Unternehmen.



Die **wichtigsten fördernden Faktoren** für Nachhaltigkeit und Corporate Responsibility im Unternehmen

- Unterstützung vom Top-Management
- Klare Nachhaltigkeits-Strategie mit Verankerung in der Unternehmens-Strategie (Business Modell) und in den Unternehmens-Werten
- Druck von aussen (NGOs, Gesellschafter, Kunden, gesetzliche Vorgaben, ...)
- Durchsetzungsfähige Nachhaltigkeits-Organisation (Fachausschüsse, Zielvorgaben, Kommunikation, Schulungen, Botschafter, ...)
- Transparente Ziele, KPIs und Massnahmen/Taten

Die **grössten Hindernisse**, die zu überwinden waren

- Zielkonflikte (Kurzfristdenken, andere Prioritäten, Kostendruck, Business-Relevanz, ...)
- Zu geringe Unterstützung vom Top-Management
- Komplexität der Nachhaltigkeits-Themen (Überforderung)



# Stellenwert der Gemeinwohl-Bilanz bei VAUDE



## Gemeinwohl-Ökonomie: Wirtschaften zum Wohle aller

Durch unsere Arbeit und unsere Produkte wollen wir einen Mehrwert für Dich und für die Natur schaffen. Deshalb sind wir als erstes Unternehmen der Outdoor-Branche Pionierunternehmen der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ) und messen unseren Beitrag zum Gemeinwohl. Bereits zum zweiten Mal veröffentlichen wir eine auditierte Gemeinwohl-Bilanz.



### Warum sind wir Mitglied der GWÖ?

Statement zur Gemeinwohl-Ökonomie von Antje von Dewitz,  
Geschäftsführerin VAUDE:



### Wie schneidet VAUDE in der Gemeinwohlbilanz ab?

VAUDE veröffentlicht die zweite Bilanz nach dem neuen Standard 3.0 der GWÖ, der umfassender und strenger geworden ist. VAUDE erreicht eine Bilanzsumme von 631 Punkten auf einer Skala von -3.600 bis +1.000.




#### VERWANDTE ARTIKEL


**Die 10 GWÖ-Eckpunkte**  
... und wie wir bei VAUDE dazu stehen  
[WEITERLESEN >](#)

**Fair Wear Foundation-Index**  
Verbesserung weltweiter  
Arbeitsbedingungen [WEITERLESEN >](#)

**GWÖ-Index**  
Wirtschaften zum Wohle aller - alle  
Informationen zu uns [WEITERLESEN >](#)

#### DOWNLOADS

 **GWÖ-Bilanz**  
(PDF, 197kb) [DOWNLOAD >](#)

 **Unterstützungserklärung**  
(PDF, 191kb) [DOWNLOAD >](#)



Bislang gibt es ca. 70 Unternehmen und Organisationen in der Schweiz, die sich dem Prozess der Gemeinwohl-Bilanz gestellt haben.



Beratungs-Unternehmen mit zertifizierten Gemeinwohl-Berater\*innen

Einige von ihnen haben bislang keinen Gemeinwohl-Bericht veröffentlicht – schätzen aber den Organisations-Entwicklungs-Prozess.

**hosberg**  
Bio aus Leidenschaft

**GUMA**<sup>®</sup>

**Meier**  
Treffpunkt für Gartengenieser

**Kantonsspital  
Graubünden**

**AGILITA**

ERP – das «zentrale Nervensystem» eines Unternehmens

**menuandmore**  
Weil Kinder das Grösste sind!

**Biotta**<sup>®</sup>

**carbotech** ≡ ≡ ≡ ≡  
Umweltprojekte und Beratung

**preisig**  
Wir sind vom Fach - für Wasser, Wärme, Dach

val&tin's garden ag  
Kaffeegenuss



**Emmi** +

**CSS**  
Versicherung

nonprofit goes professional  
**wamag**

Einige Unternehmen entdecken im Rahmen des Prozesses Gemeinwohl-Bericht-Erstellung und Auseinandersetzung mit den Fragen zu den 20 Kriterien, vielfältige **Verbesserungsmöglichkeiten**, welche sie vor einer Veröffentlichung einer Gemeinwohl-Bilanz erst umsetzen wollen.

Andere Unternehmen berichten bereits nach anderen Nachhaltigkeitsstandards, nutzen aber die Anregungen und Erkenntnisse aus der Gemeinwohl-Bilanz zur internen Weiterentwicklung.



# GWÖ Leuchttürme Deutschland und Österreich (Auszug 2020).



Malteser Hilfsdienst gGmbH, Traunstein



# Blackroll hat eine eigene Seite zur Gemeinwohl-Ökonomie und warum sie diesen Ansatz unterstützen, aufgebaut.



Gemeinwohl-Bericht «Kompaktbilanz»

Berichtszeitraum 2020/2021  
(Stand Juli 2022 (nach Posterschub))

Nachhaltig wirtschaften:  
Wir sind als **Gemeinwohl-Unternehmen** zertifiziert

## Together we are great



Der Sinn & gesellschaftliche Wirkung unserer Produkte (E1 in der Matrix) ist erfüllt: Mit unserem Angebot leisten wir einen **Beitrag für das Wohlbefinden**, wir decken den **Grundbedarf nach Gesundheit** und fördern mit unseren Produkten die **Gesundheit und persönliche Entwicklung** der Menschen. Die Herstellung von multifunktionalen und langlebigen Produkten war von Beginn an Standard für uns. Produkte herzustellen, die das menschliche Wohlbefinden und das Gesundheitsbewusstsein steigern, schon immer unser Ziel.

«Wir stellen keine Luxusprodukte her, die "nur" dem eigenen Status dienen. Unsere Produkte werden gezielt so konzipiert, dass sie qualitativ den Profis genügen, aber immer noch erschwinglich für den Hobbykunden sind.»

Marius Keckeisen, CEO

Link: <https://blackroll.com/de/ueber-blackroll/gemeinwohloekonomie>

# Bachelorarbeit: Die Gemeinwohl-Bilanz als neues CSR-Instrument? Verfasser: Tim Schürmann (Nov. 2021)

Liegen nach dem ersten Teil seiner Untersuchung die drei Standards Global Reporting Initiative, Deutscher Nachhaltigkeitskodex und Gemeinwohl-Bilanz noch sehr eng beieinander bezüglich deren Nützlichkeit für externe Anspruchsgruppen, **werden nach dem zweiten Teil die Vorteile der Gemeinwohl-Bilanz für interne Anspruchsgruppen deutlich.**

«Die Forschungsfrage inwiefern die Gemeinwohl-Bilanz ein nützliches Instrument für Unternehmen ist, kann basierend auf den gewonnenen Erkenntnissen positiv beantwortet werden. **Gemäss der Nutzwertanalyse ist die Gemeinwohl-Bilanz mitunter das beste Instrument für die externen Anspruchsgruppen.** Die Interviews haben zusätzlich gezeigt, dass die Gemeinwohl-Bilanz auch von den internen Anspruchsgruppen als geeignet angesehen wird (S.39).»

Gemäss Schürmann (2021) verdeutlichen Aussagen der interviewten Praxisanwender Vorteile der Gemeinwohl-Bilanz:

- Die umfassenden, strengen Kriterien waren ein entscheidendes Argument bei der Auswahl der Gemeinwohl-Bilanz
- Die Gemeinwohl-Bilanz führte zu einer Motivation zu Verbesserungen
- Die Kompatibilität mit den SDGs wurde positiv gesehen
- Die Gemeinwohl-Bilanz wird nicht nur als Berichterstattungstool gesehen, sondern auch als Instrument der Organisationsentwicklung
- Die Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz führte zu neuen Erkenntnissen im Unternehmen und initiierte neue Denkprozesse
- Der Austausch bei der Erstellung mit Peer-Gruppen sorgte für eine positive Dynamik bei der Umsetzung der evaluierten Massnahmen (S. 28ff)

# Modul 9: Die «Gemeinwohl-Bilanz» als OE-Instrument für umfassende Nachhaltigkeit & Gemeinwohl-Engagement in Unternehmen/Organisationen.

## AGENDA

- (1) Beweggründe, warum sich Unternehmen mit Corporate-Responsibility-Instrumenten und insbesondere der Gemeinwohl-Bilanz auseinandersetzen
- (2) Die Gemeinwohl-Bilanz als erprobtes Organisations-Entwicklungs-Instrument für umfassende Nachhaltigkeit und Gemeinwohl-Engagement
- (3) Praxisbeispiele der Gemeinwohl-Bilanz, Benchmarks, Einstiegsmöglichkeiten und was der Prozess Unternehmen bringt
- (4) Kundennutzen und Business Canvas Erkenntnisse der Gemeinwohl-Bilanz in der Praxis



2x Gruppenaufgaben  
zu je 25 Min.  
a) nach Nr. (2) und  
b) nach Nr. (4)

WERT	MENSCHENWÜRDIGKEIT	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG
<b>A: LIEFERANT*INNEN</b>	A1 Menschenwürde in der Lieferkette	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette	A4 Transparenz und Mitbestimmung in der Lieferkette
<b>B: EIGENTÜMER*INNEN &amp; FINANZ-PARTNER*INNEN</b>	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	B4 Eigentum und Mitbestimmung
<b>C: MITARBEITENDE</b>	C1 Mensch am Arbeitsplatz			Betriebliche Heizung und sonst.
<b>D: KUND*INNEN &amp; MITUNTERNEHMEN</b>	D1 Ethische Kundenführung			Preissetzung und -transparenz
<b>E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD</b>	E1 Soziale und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	E2 Beitrag zum Gemeinwert	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitbestimmung

**GEMEINWOHL  
ÖKONOMIE**  
Bilanzierendes Unternehmen

# Business Canvas» für die «Gemeinwohl-Bilanz für Unternehmen»

## 1. Themenfeld Kundengruppen und -Segmente.

### Unternehmen Schweiz nach Grössenklassen: 601'392 (Stand 2019)

Grössenklasse		Anzahl	%
Kleinstunternehmen	1-9 MA	539'604	89.7%
Kleine Unternehmen	10-49 MA	50'758	8.4%
Mittlere Unternehmen	50-249 MA	9'324	1.6%
<b>KMU</b>		<b>599'686</b>	<b>99.7%</b>
Grosse Unternehmen	ab 250 MA	1'706	0.3%
<b>Total</b>		<b>601'392</b>	<b>100.0%</b>

Bislang haben erst ca. 600 Unternehmen einen Nachhaltigkeitsbericht verfasst – primär grosse und mittlere Unternehmen.

Es fehlen Anreize zur Erstellung, Unternehmen sind zu beschäftigt (Zielkonflikte) und es fehlen Know-how und Personalressourcen.

Ein Zertifikat zu bekommen, erscheint vielen attraktiver, als wirklich nachhaltig zu sein.

## Kundensegmente



*(1) Kundengruppen oder Kundensegmente: Wem wird das Produkt verkauft und wer hat einen Nutzen davon? Wer sind meine wichtigsten Kunden? Wie können wir unsere Kund\*innen kategorisieren? Für wen schaffe ich mit meinem Produkt Wert?*

1. Unternehmen, die sich im Thema Nachhaltigkeit überprüfen und darüber berichten wollen.
2. Unternehmen – speziell KMU – denen Nachhaltigkeit wirklich wichtig ist.
3. KMU, die sich im Bereich Nachhaltigkeit und Gemeinwohl-Orientierung weiter entwickeln wollen.
4. Unternehmen, die bereits GRI oder andere Standards eingesetzt haben und mit der Gemeinwohl-Bilanz einen Unterschied für umfassendes nachhaltiges Wirtschaften machen wollen (elobau, Vaude, Sparda-Bank München).

# Business Canvas für die «Gemeinwohl-Bilanz» – 2. Themenfeld

## Produktnutzen / Nutzenversprechen

### Nutzenversprechen



(2) Produktnutzen: Was ist der Nutzen des Produktes, auch im Vergleich zu Wettbewerbsangeboten? Welche der Probleme unserer Kunden helfen wir zu lösen? Welche Kundenbedürfnisse erfüllen wir?


1. Unternehmen in der Schweiz sind **gefordert, sich im Thema Nachhaltigkeit zu positionieren** und darüber zu berichten – zunächst mindestens über den ökologischen Fussabdruck und CO<sub>2</sub>-Emissionen (Gegenvorschlag zur KVI, Lieferantenbewertungen, ...)
2. Einfache und umfassende **Bestandsaufnahme** in den 20 Kriterien und Indikatoren
3. **Offener Prozess** - keine verpflichtenden Voraussetzungen (Zertifikate) - einfach anwendbar
4. **Verbesserungs-Massnahmen** pro Kriterium werden festgelegt und low-hangig-fruits realisiert
5. Kurzfristige und langfristige **Ziele** werden festgelegt – inkl. **Priorisierung** der Verbesserungs-Massnahmen
6. Ermittlung des **ökologischen Fussabdrucks**
7. Auseinandersetzung mit den **SDGs** (17 UN-Entwicklungsziele)
8. Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz wird als **Organisations-Entwicklungs-Prozess** erlebt (und nicht nur als Zertifizierung)
9. **Bewertung:** das Unternehmen sieht, wo es steht (erste Schritte bis vorbildlich) und welche Entwicklungs-Möglichkeiten es gibt
10. **Kosteneinsparungen** und gesteigerte Zufriedenheit (Mitarbeitende, Kund\*innen, Lieferkette)

# Business Canvas – Themenfeld (6) Schlüssel-Ressourcen.

## Schlüsselressourcen



*(6) Schlüssel-Ressourcen: Welche Ressourcen braucht das Unternehmen, um seine Produkte / DL herzustellen? Mitarbeiter? Rohstoffe?*

1. Die Gemeinwohl-Bilanz als anerkanntes Instrument für Non Financial Reporting – inkl. Weiterentwicklung (Matrix-Entwicklungs-Team) und **Anerkennung auf EU-Ebene.** ✓
2. Angebote/Formate vom **Einstieg bis zum kompletten Bericht** (CSRD-konform ab Matrix 6.0). ✓
3. **Erfahrene Berater\*innen**, welche die Projekte kompetent begleiten können. ✓
4. Breites **Netzwerk** und **Multiplikatoren**, um die Gemeinwohl-Bilanz bekannter zu machen 

Die Gemeinwohl-Bilanz ist zu wenig bekannt!

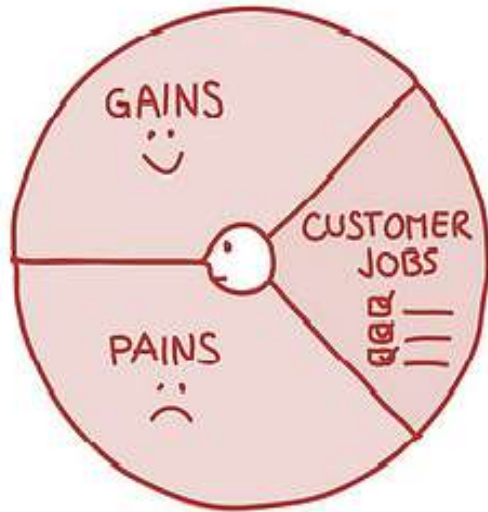
Der Kreis der Gemeinwohl-Berater\*innen ist recht übersichtlich und zu wenig vernetzt!

Unternehmen lassen sich am liebsten von Personen bzw. Dienstleistern beraten, die sie persönlich kennen oder die ihnen empfohlen wurden.

Deshalb:

- Es gilt **etablierte Unternehmensberatungen** zu, gewinnen, die Gemeinwohl-Bilanz zu empfehlen oder selbst bei ihren Kunden anzuwenden?
- Wie bekommen wir **Treuhand-, Steuerberatungs- und Wirtschaftsprüfungsbüros** dazu, die Gemeinwohl-Bilanz zu empfehlen oder selbst bei ihren Kunden anzuwenden?
- Wie erreichen wir, dass **Banken** und **Versicherungen** die Gemeinwohl-Bilanz empfehlen?

# Canvas Value Proposition – Produktnutzen der Gemeinwohl-Bilanz.



*Wir versetzen uns ganz in unseren Kunden. Was stiftet Kund:innen Nutzen im Thema Nachhaltigkeits-Positionierung und was bereitet ihnen Schmerzen?*

1. **Nutzen** (Gains): (1) Zertifikat für Nachhaltigkeit, (2) positives Nachhaltigkeits-Image, (3) Nachhaltigkeits-Strategie, (4) proaktiv anstatt reaktiv, (5) hohe Identifikation und motivierte Mitarbeiter (Nachhaltigkeit ist ihnen wichtig), (6) Nachhaltigkeit wird im Unternehmen praktiziert – auf allen Ebenen (KVP).
2. **Schmerzen** (Pains): (1) fehlende Personal-Ressourcen für das Projekt, (2) kein profundes Know-how über Nachhaltigkeit im Unternehmen, (3) Zielkonflikte mit anderen Projekten, (4) externe und interne Projektkosten Nachhaltigkeit, (5) kompetente externe Begleitung im Prozess finden, (6) Mitbewerber sind bereits nachhaltig ausgerichtet, (7) Kund:innen fordern Nachweise über Nachhaltigkeit.
3. Zu den **Schmerzstillern** (Pain-Relievers) zählen nun jene unserer Leistungen, die den Kund:innen helfen ihre „Pains“ aus der vorigen Auflistung zu lösen. Bitte auch überlegen, wie man hier hinsichtlich Konkurrenz abschneidet.
4. Die «**Gain Creators**» oder eigentlichen Nutzenstifter zeichnen jene unserer Eigenschaften oder Leistungen aus, die den Kund:innen tatsächlich wertvoll sind. Diese wünschen sie sich und diese werden sie lieben, wenn sie realisiert werden können.






# Modul 9: Die «Gemeinwohl-Bilanz» als OE-Instrument für umfassende Nachhaltigkeit & Gemeinwohl-Engagement in Unternehmen/Organisationen.

## AGENDA

- (1) Beweggründe, warum sich Unternehmen mit Corporate-Responsibility-Instrumenten und insbesondere der Gemeinwohl-Bilanz auseinandersetzen
- (2) Die Gemeinwohl-Bilanz als erprobtes Organisations-Entwicklungs-Instrument für umfassende Nachhaltigkeit und Gemeinwohl-Engagement
- (3) Praxisbeispiele der Gemeinwohl-Bilanz, Benchmarks, Einstiegsmöglichkeiten und was der Prozess Unternehmen bringt
- (4) Kundennutzen und Business Canvas Erkenntnisse der Gemeinwohl-Bilanz in der Praxis



2x Gruppenaufgaben  
zu je 25 Min.  
a) nach Nr. (2) und  
b) nach Nr. (4)

WERT	MENSCHENWÜRDIGKEIT	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG
<b>A: LIEFERANT*INNEN</b>	A1 Menschenwürde in der Lieferkette	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette	A4 Transparenz und Mitbestimmung in der Lieferkette
<b>B: EIGENTÜMER*INNEN &amp; FINANZ-PARTNER*INNEN</b>	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	B4 Eigentum und Mitbestimmung
<b>C: MITARBEITENDE</b>	C1 Mensch am Arbeitsplatz			Betriebliche Neuerung und Innovation
<b>D: KUND*INNEN &amp; MITUNTERNEHMEN</b>	D1 Ethische Kundenbeziehung			Präsenz und Transparenz
<b>E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD</b>	E1 Soziale und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	E2 Beitrag zum Gemeinwert	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitbestimmung



**GEMEINWOHL-ÖKONOMIE**  
Bilanzierendes Unternehmen

# Austausch in Kleingruppen – Gruppenarbeit (20 Min.) + Reflektion (5 Min.).

---

## Hinweise für den Gruppenaustausch:

- Bitte die Regeln des «Dialogs» beachten: sich kurz fassen - aktiv zuhören - auf Bewerten/ Beurteilen verzichten - jeden zu Wort kommen lassen - keine Zwiesgespräche - lösungsorientiert vorgehen - ...
- Evtl. eine/n Moderator:in bestimmen (Gesprächsleitung)
- Eine/r sollte auf die Zeit achten. Sie haben 20 Min. für Ihren Dialog/Austausch.
- Haben Sie Freude am Dialog und dem Gruppenaustausch
- Bitte das Flipchart kreativ für die Notizen nutzen

Bitte jemanden bestimmen, der nachher **im Plenum die drei wichtigsten Erkenntnisse vorstellt.**

## Fragen

- (1) Wie sieht der Prozess der Gemeinwohl-Bilanzierung für Unternehmen aus? Vorgehen und mögliche Dauer?
- (2) Was bringt es, einen solchen Prozess in Peergruppen durchzuführen? Z.B. auch den Einstiegstest?
- (3) Was sind die wichtigsten förderlichen Faktoren für Nachhaltigkeit, d.h. was braucht es, um den Prozess zu verankern? Was sind die grössten Zielkonflikte und Hemmnisse für Nachhaltigkeit?
- (4) Was sind die Gains bzw. Gain-Creators und Pains bzw. Pain-Relievers für den Prozess der Gemeinwohl-Bilanzierung
- (5) Welche
  - a) «Schlüssel-Aktivitäten» (Folie 52)
  - b) «Schlüssel-Ressourcen» (Folie 14) und
  - c) «Schlüssel-Partner» (Folie 51) braucht es, um die Gemeinwohl-Bilanz bekannter zu machen? Wie kann das erreicht werden?

DANK E!

für Ihre Aufmerksamkeit

