

GEMEINWOHL-BERICHT

Gitta Walchner, Reinhard-Booz-Str. 13, 79249 Merzhausen

T. 0761 479 93 93, gwalchner@freenet.de

ALLGEMEINES

Ich bin selbständig, geschieden, und lebe mit meiner 16-jährigen Tochter in einer 3-Zimmerwohnung im Haus meiner Eltern, die ich betreut habe, die aber inzwischen verstorben sind. Außerdem verwalte ich ein Mietshaus in der Stadt Freiburg, das unserer Familie (Bruder mit Familie und mir) gehört.

Ich habe BWL studiert und unterrichte ca. 10 h pro Woche betriebswirtschaftliche Fächer, z.Z. hauptsächlich an der Wirtschaftsakademie Freiburg. Ich habe außerdem eine Ausbildung als Schauspielerin, Meditationslehrerin, Heilpraktikerin und Mediatorin. Darüber hinaus engagiere ich mich ehrenamtlich für eine Änderung unseres derzeitigen Wirtschaftssystems, hpts. In der GWÖ.

SELBSTEINSCHÄTZUNG UND NEGATIVKRITERIEN

		Selbst-Einschätzung
A1	Ethisches Beschaffungsmanagement	80% (90) 72 P.
B1	Ethisches Finanzmanagement	65% (30) 20 P.
C1	Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung	55% (90) 50 P.
C2	Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit	30% (50) 15 P.
C3	Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen	60% (30) 18 P.
C4	Gerechte Einkommensverteilung	(60) EPU
C5	Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz	(90) EPU
D1	Ethisches Verkaufen	50% (50) 25 P.
D2	Solidarität mit Mitunternehmern	60% (70) 42 P.
D3	Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen	65% (90) 59 P.
D4	Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen	50% (30) 15 P.

D5	Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards	30% (30) 9 P.
E1	Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte/ Dienstleistungen	50% (90) 45 P.
E2	Beitrag zum Gemeinwesen	90% (40) 36 P.
E3	Reduktion ökologischer Auswirkungen	60% (70) 42 P.
E4	Minimierung der Gewinnausschüttung an Externe	100% (60) 60 P.
E5	Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung	42% (30) 13 P.

Gesamtpunktzahl:

521

NEGATIVKRITERIEN

Ich erfülle keines der Negativkriterien.

GENAUE BESCHREIBUNG DER EINZELNEN KRITERIEN

A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSWESEN

Kriterien	Erste Schritte (1-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbildlich (61-100%)
Berücksichtigung regionaler, ökologischer und sozialer Aspekte bzw. höherwertiger Alternativen (45%-65%)	punktuell bei klassischen Risikoprodukten (Öko-Strom)	bei einigen wesentlichen P/ D	bei einem Großteil an wesentlichen P/D + klare Reduktion bei kritischen Stoffe ohne höherwertige Alternative	bei allen wesentlichen, zugekauften P/D + Innovative Lösungen zur Vermeidung kritischen Stoffe ohne höherwertige Alternative
Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken zugekaufter P/D und Prozesse zur Sicherstellung (25%-45%)	Interne Auseinandersetzung durch aktives Einholen von Informationen zu mit der Thematik Integration sozialer und ökologischer Aspekte in das Vertragswesen (Code of Conduct / Ethik-Kodex)	Internes Audit bei Risiken und wichtigsten Lieferanten Schulungen (Seminare, Workshops, Zeitbudgets für ExpertInnen-gespräche) aller Mitarbeiter im Einkaufsprozess	Regelmäßige Evaluierung von Risiken und Alternativen Sicherstellung durch unabhängiges Audit (z.B.: nach soz./ ökol. Gütesiegeln zertifizierte P/D, Kooperation mit NGOs)	Kooperation mit LieferantInnen und MitunternehmerInnen hinsichtlich sozialer und ökologischer Aspekte
Strukturelle Rahmenbedingungen zur fairen Preisbildung (10%)	Verzicht auf rein preisgetriebene Beschaffungsprozesse (u.a. Auktionen, Ausschreibungsverfahren) Kein vom Einkaufspreis abhängiges Bonus-system für Einkäufer	Langfristige, kooperative Beziehung werden wechselnden, kostenorientierten vorgezogen	Evaluierung des Verhaltens der Einkäufer durch regelmäßige Mitarbeitergespräche mit Fokus auf die Herausforderungen , die sich durch eine ethische Beschaffung ergeben	Innovative Strukturen im Beschaffungswesen (z.B.: Partizipation an Alternativwährungskonzepten, etc.)

Lebensmittel

Wenn möglich, kaufe ich meine Lebensmittel in Bioqualität ein. Dies betrifft ca. 90% meines Einkaufs, gerne auf dem Markt beim Demeterstand. Obst und Gemüse baue ich auch selbst in meinem Garten in Bioqualität an. Außerdem nutze ich die Freitaler Regionalwährung und kaufe gezielt bei den teilnehmenden Geschäften ein.

Ausnahme: Katzenfutter und manchmal Süßes oder Brötchen.

Vorbildlich, 90%

Strom und Heizung

Wird im Haus selbst erzeugt über ein BHKW, das mit Erdgas betrieben wird. Die Abwärme wird als Heizung genutzt. Den Reststrom beziehe ich von EWS.

Vorbildlich, 95%

Drogerieartikel

Benutze ich sehr wenig und wenn, achte ich auf ökologisch verträgliche Produkte, z.B. gereiftes Sesamöl in Bioqualität für die Haut, als Seife Sebamed, Zahnpasta ohne Fluor. Insges. Ca. 80% Bio

Ausnahme: teilweise Schminke für meine Tochter

Vorbildlich, 80%

Wohnungsausstattung

Sehr viel Second Hand

Letztes Jahr habe ich einen Auftrag für eine neue Tischplatte an eine Schreinerei vergeben, die genossenschaftlich organisiert ist und im Freitaler-Netzwerk teilnimmt. Sonst keine Anschaffungen im letzten Jahr und die Jahre davor.

Vorbildlich, 80%

Kleidung

Kaum Kauf von Kleidung mit Kunstfasern. Aktive Suche nach Bekleidung aus Biobaumwolle, bekomme diese jedoch oft nicht im gewünschten Design.

Fortgeschritten, 30%

Technische Geräte

Viele Second Hand Artikel. Meine technischen Geräte Handy, Musikanlage etc. sind meist sehr alt. Bei Neuanschaffungen erkundige ich mich nach ökologischeren bzw. sozialeren Produkten. (z.B. stromsparende Geräte). Der Markt ist jedoch in diesem Bereich noch nicht so entwickelt und transparent, besonders was das Angebot an Fair-trade-Artikeln betrifft. Die Anschaffung eines e-bike habe ich ebenfalls über einen genossenschaftlich organisierten Fahrradladen im Freitaler-Netzwerk getätigt.

Fortgeschritten, 30%

Gesundheitsartikel

Ich setze hier stark auf Vorbeugung einerseits durch Bewegung, Yoga und Meditation, zum Anderen auf alternative Medizin wie Ayurveda, Homöopathie, Phytotherapie und energetische Verfahren und so gut wie keine pharmazeutischen Produkte.

Vorbildlich, 90%

A1.1 Berücksichtigung regionaler, ökologischer und sozialer Aspekte bzw. höherwertiger Alternativen **vorbildlich, 70%**

A1.2 Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken zugekaufter P/D und Prozesse zur Sicherstellung **Vorbildlich, 70%**

A1.3 Strukturelle Rahmenbedingungen zur fairen Preisbildung

Vorbildlich, 80%

Gesamt: vorbildlich, 80%

B1 ETHISCHE FINANZDIENSTLEISTUNGEN

Kriterien	Erste Schritte (1-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbildlich (61-100%)
Ethisch-ökologische Qualität des Finanzdienstleisters (15-30%)	Konventionelle Bank mit eigenen ethisch-ökolog. Finanzprodukten (<5% am Kredit- bzw. Sparvolumen) Keine Involvierung in kritische Projekte ¹	Konventionelle Bank mit einer breiten Palette ethischer Finanzprodukte (>5% am Kredit bzw. Sparvolumen)	Mehrheitlich auf ethisch-ökologische Finanzdienstleistungen spezialisierte Bank	Ausschließlich ethisch-ökologischer Finanzdienstleister
Gemeinwohl-orientierte Veranlagung (50-70%)	Sicherstellung einer das Gemeinwohl nicht verletzenden Veranlagung ²	Mehrheitliche Veranlagung in ethisch-ökologische Projekte ³ + Verwendung von Kapitalerträgen für soziale / ökologische Investitionen	Ausschließliche Veranlagung in ethisch-ökologische Projekte + Teilweiser Zinsverzicht bei Veranlagungen	+ Vollständiger Zinsverzicht im Fall von Veranlagungen
Gemeinwohl-orientierte Finanzierung (15-30%)	Keine Eigenkapitalfinanzierung über Kapitalgeber ohne Mitarbeit im Unternehmen ⁴ Verankerung des	Versuch der Finanzierung über Berührungsgruppen ⁵ oder aus Bankkredit aus nicht Gewinn ausschüttender	Erfolgreicher Beginn der Finanzierung über Berührungsgruppen oder aus Bankkrediten, die zu teilverzichteten	Zinsfreie Finanzierung überwiegend mithilfe von Berührungsgruppen oder Bankkrediten, die zu keinen Sparzinsen mehr

¹ Als Quelle zur Recherche zu großen Finanzinstituten kann u.a. Banktrack (www.banktrack.org) dienen

² z.B. durch transparente Finanzierungspolitik der Bank, Definition klarer Ausschlusskriterien etwa an Hand des Frankfurt Hohenheimer Leitfadens, Mitunternehmen, KundInnen, LieferantInnen, etc.

³ z.B. Kredite für ethisch-ökologisch Projekte, Investition in erneuerbare Energien, thermische Sanierung, gemeinwohl-orientierte Forschung und Entwicklung,

⁴ z.B. Begebung von handelbaren Aktien; Beteiligung stiller GesellschafterIn mit Intention der Vorbereitung einer Aktienemission

⁵ Mitarbeiter- und Bürgerbeteiligung (z.B.: lokale Bürgerbeteiligungen im Bereich nachhaltiger Energie); die Partizipation an Regionalwährungskonzepten kann ebenfalls hierunter positiv berücksichtigt werden

	ethischen Finanz- Managements im Unternehmens- leitbild	Bank Verankerung in Unternehmens- aktivitäten ⁶	Zinsen führen	führen
--	--	---	---------------	--------

B1.1 Qualität des Finanzdienstleisters:

Mein persönliches Konto führe ich bei der GLS-Bank. Für die Hausverwaltung führe ich ein zweites Konto bei der Südwestbank Stuttgart, das ich sozusagen „geerbt“ habe und für das ich keine alleinige Vollmacht habe. Die Südwestbank ist eine regional tätige private Bank. Ich habe ihr noch nicht den Attac-Fragebogen vorgelegt.

vorbildlich, 60%

B1. 2 Gemeinwohl-orientierte Veranlagung

Gemeinwohlorientierte Veranlagung

Ich veranlage mein Sparguthaben über die GLS Bank Vorbildlich 70%

Ich habe keine Lebensversicherung und bezahle noch einen geringfügigen Bausparvertrag bei der BHW ab.

vorbildlich, 70%

B1.3 Gemeinwohl-orientierte Finanzierung

Derzeit habe ich keine Kredite, die abzuzahlen wären außer einem Leasingvertrag.

vorbildlich, 70%

gesamt: 65%

⁶ z.B.: Ethik-Schulung der Mitarbeiter im Finanz-Controlling; themenbezogenen Info-Veranstaltung für Mitarbeiter, etc.

C1 ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GLEICHSTELLUNG

Kriterien	Erste Schritte (0-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbildlich (61-100%)
Arbeitszeiten (20%) (Freiwillig und selbstbestimmt, nicht betrieblich verordnet) entfällt für EPU	Flexible Arbeitszeiten und Teilzeitmodelle	Flexible Arbeitszeiten und Teilzeitmodelle + durch Mitbeinbeziehung der MA	+ Aktive zeitliche Entlastung durch Kinderbetreuung (z.B. Betriebskindergarten, Tagesmütter-/väter)	Völlige Selbstorganisation der Arbeitszeit (Arbeitseinteilung nach Ergebnisvereinbarung)
Arbeitsplatzgestaltung (10%) (für EPU 20%)	Alle Arbeitsplätze ergonomisch (z.B. Beleuchtung, Raumklima, etc.);	+ behindertengerecht (barrierefreier Zugang zu allen Räumen); + Zusätzliche Möglichkeiten für die freie Wahl des eigenen Arbeitsortes (z.B. Homeoffice) + zusätzliche Räume für Entspannung und Bewegung (z.B. Grünflächen, Ruheraum)		
Physische Gesundheit und Sicherheit (10%) (für EPU 20%)	Gesundheitspräventionsprogramme und Sensibilisierungsmaßnahmen (Workshops und Vorträge; 2 T.p.a.)	+ (beginnend) Aktive Förderung gesunde Ernährung; (z.B. keine Automaten mit Fast Food, sondern Bio-Körbchen)	+ Individuelle Angebote durch Gesundheitsberat., freiwillige Vorsorgeuntersuchung bzw. Sportprogramme	+ (Erfahren) Bio-Küche bzw. Verpflegung (ev. durch Selbstversorgungsmöglichkeit o. Kochen mit „Profi“)
Psychische Gesundheit (15%) (für EPU 30%) Tageszahlen = pro Mitarbeiter, pro Jahr. Inhalten tw. austauschbar	Ein Tag: MA-Veranstaltungen zur Entwicklung von Teamfähigkeit und fallweise Bearbeitung einzelner Anliegen (z.B. Supervision, Coaching)	Zwei Tage: regelmäßige Workshops bzw. Schulungen für soziale Kompetenz (z.B. Konfliktmanagement, GFK) und zu Gesundheit (z.B. Stressabbau)	Drei Tage: Workshops zur Weiterbildung (soziale Kompetenzen, Persönlichkeitsentwicklung und Einrichtung von Konfliktlotsen und/oder MediatorInnen)	Vier Tage: Weiterbildung für Persönlichkeitsentwicklung und soziale Kompetenzen
Selbstorganisat., Zufriedenheit am Arbeitsplatz, Sinnstiftung (15%) (für EPU 30%)	Mitbestimmung und Einbezug bei der Gestaltung der Aufgaben (im Team)	+ Mitarbeiterbefragung (1x p.a.) zur Arbeitsplatz- und Vertrauenskultur + Maßnahmen zur Förderung der Enthierarchisierung (2-3 Hierar.ebenen)	Mitbestimmung der Gestaltung von Aufgaben, Führung und Gehältern; Jobrotationen und Jobenrichment durch gezielte Weiterbildung	Selbstorganisation Mitgestaltung d. Vision, Unternehmensstrategie, Ziele Arbeitsverteilung. (1 Hierarchieebene, werteorientiert)

Gleichstellung und Gleichbehandlung von Mann und Frau (20%) entfällt für EPU	Gender- und Diversity-Schulungen; Installierung einer genderverantwortlichen Person (ab 5 MA:). Jobangebote diskriminierungsfrei; Vielfalt am Arbeitspl.	+ Erstellung eines Gleichstellungsberichts inkl. entsprechender Maßnahmen wie die gezielte Förderung von Frauen und Väterkarenz + (F) Gender Budgeting (inkl. Offenlegung aller Gehälter/Löhne und Mitbestimmung aller MA bei den Gehältern); Gleichbehandlungs-Beauftragte (1 Pers. bis zu/auf 25 MA) + 50 % Frauenanteil in Führungspositionen; Gezielte Weiterentwicklung und Weiterbildung der FK (2 Tage p.a./p.p.)
Benachteiligte (z.B. Menschen mit Behinderung, MigrantInnen, Langzeitarbeitslose) (10%) entfällt für EPU	Verpflichtende Schulungen zu Thema Anti-Diskriminierung; Angepasste Personalsuche (Vielfalt); Teilerfüllung der gesetzlichen Quote (über 2%)	+ Aufnahme von Personen o. Kooperationen zur Unterstützung; Erfüllung der gesetzlichen Quote (= keine Ausgleichszahlungen) + Schulungen im Umgang mit spezifischen Bedürfnissen; Übererfüllung der gesetzlichen Quote; Kooperationen mit NGO's mit aktiven Projekten. + Schaffung von zusätzlichen Möglichkeiten der Aufnahme von MA, spez. Programme für benacht. Gruppen, inhärenter Bestandteil der Unternehmensstrategie

C1 Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung

C1/Kriterium 1: Arbeitszeiten Gewichtung, entfällt bei EPU

C1/Kriterium 2: Arbeitsplatzgestaltung, fortgeschritten, 20%

Mein Arbeitsplatz ist teilweise in der Schule und teilweise zu Hause für Vorbereitungen von Unterricht und Seminaren. Mein Arbeitsplatz zu Hause ist in einem sehr schönen Umfeld, allerdings sind die ergonomischen Gesichtspunkte, wie z.B. die Beleuchtung, bisher vernachlässigt. Dafür habe ich Ausgleichsmöglichkeiten in meinem Garten.

C1/Kriterium 3: Physische Gesundheit und Sicherheit, vorbildlich, 70%

Selbstversorgung mit Bioküche

C1/Kriterium 4: Psychische Gesundheit, vorbildlich, 70%

Im Schnitt nehme ich mir über die Jahre jedes Jahr mindestens 5 Tage für Weiterbildungsprogramme, z.B. dieses Jahr eine Meditationswoche, im letzten Jahr eine WB zur Mediatorin

C1/Kriterium 5: Selbstorganisation, Zufriedenheit am Arbeitsplatz, erfahren, 60%

Da ich meine Arbeit weitestgehend selbst gestalte (z.B., wieviel Unterricht ich pro Woche gebe und wie ich diesen gestalte) und weitere Arbeitszeit in Projekte stecken kann, die ich für sinnvoll halte, ist meine Arbeitszufriedenheit sehr hoch.

Gesamteinschätzung: 55%

C2 GERECHTE VERTEILUNG DES ARBEITSVOLUMENS

Kategorie	Erste Schritte (0-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbildlich (61-100%)
-----------	---------------------------	-----------------------------	----------------------	--------------------------

Senkung der Normalarbeitszeit (100%)	Reduktion von Verträgen mit Überstundenpauschale um 50%; im Jahresschnitt maximal 10 Überstunden pro BeschäftigteR/Monat	Reduktion von Verträgen mit Überstundenpauschale um 75%; im Jahresschnitt maximal 5 Überstunden pro BeschäftigteR/Monat	Keine Verträge mit Überstundenpauschale mehr; keine Überstunden im Jahresschnitt je BeschäftigteR	Die durchschnittliche Arbeitszeit ist um 10% niedriger als die Branchenarbeitszeit oder maximal 38,5 Stunden
Erhöhung des Anteils der Teilzeit-Arbeitsmodelle (bei voller Bezahlung) (0%)	Erste Neueinstellungen aufgrund des Abbaus von Überstunden; bis 10% der MitarbeiterInnen können Teilzeit in Anspruch nehmen	Neueinstellungen äquivalent zum Abbau von Überstunden; bis 25% der MitarbeiterInnen können Teilzeit in Anspruch nehmen	Neueinstellungen äquivalent zum Abbau von Überstunden; bis 50% der MitarbeiterInnen können Teilzeit in Anspruch nehmen	Neueinstellungen aufgrund allgemeiner Arbeitszeitverkürzung; mehr als 50% der MitarbeiterInnen können Teilzeit in Anspruch nehmen

C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit

C2/Kriterium 1

Die Normalarbeitszeit ist definitiv unter 40h. Allerdings nehmen die anderen, weitgehend gemeinnützigen Tätigkeiten einen breiten Raum ein, sodass ich doch wieder auf über 40h/Woche komme.

C2/Kriterium 2:

Trifft für EPU nicht zu.

Gesamteinschätzung: Fortgeschritten, 30%

C3 FORDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITERINNEN

Kategorie	Erste Schritte (1-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbildlich (61-100%)
Betriebsküche / Ernährung während der Arbeitszeit	Erste Ansätze zur Förderung nachhaltiger Ernährungsmuster (z.B.: Angebot einer Vegetarische Option)	Klares Bekenntnis im Unternehmen zu nachhaltige Ernährungsgewohnheiten (deutlich reduzierter Konsum tierischer Produkte)	Ernährung mehrheitlich vegetarisch-vegan + Lebensmittel vorwiegend lokal, saisonal und biologisch	Ernährung großteils vegetarisch-vegan + Lebensmittel vorwiegend lokal, saisonal und biologisch
Mobilität zum Arbeitsplatz: Anreizsysteme / tatsächliches Verhalten	Erste Ansätze zu einer nachhaltigen Mobilitätspolitik (z.B.: Finanzielle Anreizsysteme für die Benutzung ÖPNV; festgelegte Dienstwagenpolitik: < 130 g CO ² / km)	Konsequente nachhaltige Mobilitätspolitik: (z.B.: wenn keine ÖPNV verfügbar: Aktives Car Sharing Angebot; Mitarbeiter-Parkplätze nur für Car Sharing)	Mehrheit der MitarbeiterInnen benutzen ÖPNV / Bus / Zug / Rad / Car Sharing	Nahezu alle MitarbeiterInnen benutzen ÖPNV / Rad / Car Sharing
Organisationskultur, Awareness und unternehmensinterne Prozesse	Punktuelle Thematisierung ökologischer Aspekte (z.B.: Newsletter, etc.) Geschäftsführung „lebt“ ökologisches Verhalten vor (z.B.: kein prestigeträchtiger Dienstwagen)	Punktuelle Integration ökologischer Aspekte in Weiterbildungsprogramme Mitarbeiter werden in ökologische Belange einbezogen (regelmäßige Thematisierung, Info-Veranstaltungen, etc.)	Regelmäßige Integration ökologischer Aspekte in Weiterbildungsprogramme Mitarbeiter werden regelmäßig in ökol. Entscheidungsprozesse einbezogen	Awarenessprogramme für jedeN MitarbeiterIn (z.B.: Regelmäßige Erhebung zum / Thematisierung des ökologischen Verhaltens; Footprint-Workshops) Innovative Ansätze: z.b.: „grüne Sozialleistungen“
Ökologischer Fußabdruck der Mitarbeiter (EPU / KMU)⁷	< 5 ha / MitarbeiterIn	< 4 ha / MitarbeiterIn	< 3 ha / MitarbeiterIn	< 1,8 ha / MitarbeiterIn

C3: Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen

C3/Kriterium 1: Betriebsküche / Ernährung während der Arbeitszeit,
Ernährung zu einem Anteil von ca. 30% aus dem eigenen Garten, sonst Bioprodukte, 80%

⁷ Für EPU und KMU kann die Berechnung der Teilbereiche Ernährung und Mobilität des ökologischen Fußabdruckes, wenngleich dieser auf Privatpersonen ausgelegt ist, als Annäherung für das tatsächlich ökologische Verhalten in diesen Sparten dienen. Rechner für den ökologischen Fußabdruck: <http://www.mein-fussabdruck.at>

C3/Kriterium 2: Mobilität zum Arbeitsplatz: Anreizsysteme / tatsächliches Verhalten,
E-Bike, bei schlechtem Wetter Auto, bei Fahrten außerhalb ebenfalls meist Auto
Erfahren, 40%

C3/Kriterium 3: Organisationskultur, Awareness und unternehmensinterne Prozesse,
Es ist für mich selbstverständlich, jeweils ökologische Varianten vorzuziehen
Erfahren, 50%

C3/Kriterium 4: Ökologischer Fußabdruck der Mitarbeiter (EPU / KMU),
3,8 ha, allerdings konnte ich mein BHKW nicht in die Abfrage einbringen
Fortgeschritten, 30%

Gesamtbewertung: Erfahren, 60%

C4 GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS

Kategorie	Erste Schritte (1-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbildlich (61-100%)
Innerbetriebliche Einkommensspreizung (40%)	innerbetriebliche Einkommensspreizung beträgt max. 1:10	innerbetriebliche Einkommensspreizung beträgt max. 1:7	innerbetriebliche Einkommensspreizung beträgt max. 1:5	innerbetriebliche Einkommensspreizung beträgt max. 1:3
Institutionalisierung (10%)	Transparenz der niedrigsten und höchsten Einkommen	Living Wages ⁸ an allen Standorten	Zielsetzung Maximalspreizung, Mindest- und Höchstlöhne	Umsetzung aller Ziele inkl. GINI-Messung ⁹
Mindesteinkommen (25%)	Keine der Einkommen bei voller Arbeitszeit unterschreitet 1.250 Euro oder living wage			
Höchsteinkommen (25%)	Kein Einkommen bei voller Arbeitszeit überschreitet das Zehnfache des landesüblichen Mindestlohnes			

C4: Gerechte Verteilung des Einkommens

trifft für EPU nicht zu

C5 INNERBETRIEBLICHE Demokratie und TRANSPARENZ

Kategorie	Erste Schritte (1-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbildlich (61-100%)
Grad der Transparenz (10%)	Erste Maßnahmen zu mehr Transparenz	Einige kritische ¹⁰ Daten transparent	Wesentliche kritische Daten transparent	Alle Daten transparent, für jeden Mitarbeiter abrufbar
Legitimierung der Führungskräfte (FK) (20%)	Anhörung/ Konsultation bei Bestellung neuer FK	Vetorecht bei der Bestellung neuer FK, Test: – 25% gewählt	Mehr als 75% regelmäßig gewählt	100% regelmäßig gewählt
Mitbestimmung bei Operativen Grundsatz/ Rahmen Entscheidungen (30%)	Anhörung/ Konsultation + Begründung, Konzept demokrat. Mitbestimmung vorhanden	Testphase, - 25% der Entscheidungen demokratisch, teilweise konsensual	25-75% der demokratisch, davon mind. 25% konsensual	76-100% demokratisch, davon mind. 50% konsensual
Mitbestimmung bei Gewinnbeteiligung der Mitarbeiter (MA) (10%)	Konzept für Gewinnbeteiligung der MA vorhanden + Testphase	25% des Gewinns wird konsensual verteilt	26-75% des Gewinns wird konsensual verteilt	Der gesamte Gewinn wird konsensual verteilt

⁸ Löhne/Gehälter, die einen menschenwürdigen Lebensstandard sichern, der alle wichtigen Grundbedürfnisse deckt: http://en.wikipedia.org/wiki/Living_wage

⁹ Der Gini-Koeffizient ein statistisches Maß zur Darstellung von Ungleichverteilungen. Je höher der Gini-Koeffizient, desto ungleicher ist die Einkommensverteilung.

¹⁰ Kritische Daten sind z.B. die Protokolle der Führungsgremien, Gehälter, Interne Kostenrechnung, Entscheidungen über Einstellungen/ Entlassungen

Mit-Eigentum der MA/ unabhängige Stiftungen (30%)	1-24% des Betriebes Eigentum bei MA	Sperrminorität (ab 25%)	Überwiegend d.h. > 50%	Ganz, z.B. MitarbeiterInnen-Stiftung
---	-------------------------------------	-------------------------	------------------------	--------------------------------------

C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz

trifft für EPU nicht zu

D1 ETHISCHES VERKAUFEN

Für alle Unternehmen gültig:

Kategorie (je 20%)	Erste Schritte (1-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbildlich (61-100%)
Institutionalisierung (Verankerung im Unternehmen)	Erstes Grundkonzept + Testphase	Umfassende Strategie, Gesamtausrichtung, Richtlinien vorhanden	Umsetzung der Strategie zu 100%, Richtlinien werden sanktioniert	Mehrjährige Praxis und Weiterentwicklung
Umfang Ethisch. Marketing	Grundkonzept und Testphase	Mehr als 10% des Marketing Budgets	Mehr als 25% des Marketing Budgets	Mehr als 50% des Marketing Budgets
Schulungen für Ethisch. Verkauf/ Marketing	Info-Veranstaltung für alle MitarbeiterInnen	Mind. 2 Tage für >50% der Beteiligten	Jeder Verkäufer hat mind. 2 Tage Schulung	Jeder Verkäufer > 2 Tage Schulung, regelmäß. Supervision
Alternative zu Provisionszahlg. Verkauf/Marketing	Grundkonzept und Testphase	Grundgehalt unabhängig vom Verkaufszahlen	+ alternative Kennzahlen z.B. Kundenzufriedenheit	Länger als drei Jahre praktiziert
Umfang der KundInnen-Mitbestimmung, z.B. KundInnenbeirat/ gemeinsame Produktentwicklg	Erste Maßnahmen zum Beirat angedacht, + Pilotprojekte gemeinsame Produktentwicklg	Beirat vorhanden, Transparenz der Ergebnisse + bis 25% der Produkte gemeinsame Produktentwicklung	Beirat = Umsetzung der Empfehlungen bis 50% + bis 50% gemeinsame Produktentwicklung	Beirat Umsetzung bis 75%, mind. monatliche Treffen + bis 75% gemeinsame Produktentwicklung

Nur für Unternehmen mit Waren im Einzelhandel/ für Endverbraucher:

Kategorie (je 10%)	Erste Schritte	Fortgeschritten	Erfahren	Vorbildlich
Produkttransparenz ¹¹	Produkttransparenz über dem Branchendurch-	Produkttransparenz weit über dem Branchendurchschnitt	Umfassend, nach einheitlichen Branchen Standards	Über mehrere Jahre hinweg erfolgt

¹¹ Damit sind Angaben über Inhaltstoffe, Schadstoffe, Gefahren und Benutzerhinweise nach den höchsten verfügbaren Standards gemeint.

	schnitt		+ Verknüpfung GWÖ-Bericht	
Zusammenarbeit mit Verbraucherschutz	Vereinzelte Gespräche	Regelmäßige Gespräche, Beauftragter vorhanden	+ aktive und konstruktive Zusammenarbeit	Über mehrere Jahre hinweg erfolgt
Reklamationswesen + unabhängige Beschwerdestelle + positive Service-Maßnahmen	Passiv: Erste Konzepte + Testphase, mind. Hotline	Aktiv: Beschwerdestelle vorhanden, einfaches Reklameprocedere, umfassende Servicemaß.	Proaktiv: + Sanktionsmaßnahmen bei Beschwerden + transparentes Reporting	Über mehrere Jahre hinweg vorhanden

D1 Ethisches Verkaufen

D1/Kategorie 1: Institutionalisierung (Verankerung im Unternehmen),

Dinge, hinter denen ich nicht stehe, kann ich gar nicht verkaufen. Ich habe das Glück, dass mich „die Umstände“ dazu auch so gut wie nie gezwungen haben.
Erfahren, 60%

D1/Kategorie 2: Umfang Ethisch. Marketing,

Ich betreibe kaum aktive Akquisition, meine Aufträge bekomme ich hauptsächlich aufgrund von Empfehlungen.
Erfahren, 60%

D1/Kategorie 3: Schulungen für Ethisch. Verkauf/ Marketing,

als praktisch Privatperson bilde ich mich selbst durch Bücher, Internet, Gespräche und Vorträge
erfahren, 60%

D1/Kategorie 4: Alternative Bonifikationen Verkauf/Markt,

ich bin bzgl. Geld relativ suffizient, Themen der Selbstverwirklichung sind mir wichtiger
erfahren, 60%

Zu D1/Kategorie 5: Umfang der KundInnen-Mit- bestimmung,

Ich pflege mit meinen SchülerInnen einen Austausch auf Augenhöhe. Bei Vorträgen hole ich mir Feedback ein und richte mich möglichst nach den Bedürfnissen der ZuhörerInnen.
fortgeschritten, 30%

Zu D1/Kategorie 6: Produkttransparenz

In der Schule durch Klassenbucheinträge gegeben. Bei Unterricht ohne Lehrbuch (derzeit 50%) habe ich es nicht immer geschafft, ein Script vorher zu erstellen, dies wird jedoch nachgeholt.
Fortgeschritten, 30%

Zu D1/Kategorie 7: Zusammenarbeit mit Verbraucherschutz

Indikator trifft nicht zu

Zu D1/Kategorie 8: Reklamationswesen

Beschwerden versuche ich, aktiv aufzunehmen und gewünschte Verbesserungen vorzunehmen, so gut ich es kann. Da ich des Öfteren neue Themen und Herausforderungen bekomme, kann ich die Anforderungen oft nicht auf Anhieb gut erfüllen, sondern brauche eine Einarbeitungszeit. Manchmal gebe ich ein Thema auch wieder ab.
Erfahren, 60% **Gesamteinschätzung: erfahren, 50%**

D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

Kategorie	Erste Schritte (1-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbildlich (61-100%)
Offenlegung von Informationen + Weitergabe von Technologie (25%)	Offenlegung finanzieller und technischer Information	Umfassende Offenlegung von Kostenkalkulation, Bezugsquellen und Technologie	Zusätzlich: Kostenlose Weitergabe einzelner Technologien	vollständige Transparenz und Open source-Prinzip
Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen, ... kooperative Marktteilnahme (50%)	Kooperation nur auf Anfrage	Kooperation in Randbereichen des Geschäfts	Kooperation im gesamten Geschäftsbereich	+ Beteiligung an kooperativer Marktteilnahme
Kooperatives Marketing (25%)	Verzicht auf Schlechtmachung der Konkurrenz	Verzicht auf massenmediale Werbung (TV, Radio, Plakate)	Mitaufbau eines gemeinsamen Produktinformationssystem (PIS)	Mittragen der Brancheninitiative für ethisch-kooperatives Marketing

D2 Solidarität mit Mitunternehmen

D2/Kategorie 1: Offenlegung von Information und Weitergabe von Technologie,
Mit Scripten, aufgaben und sonstigem Arbeitsmaterial gehe ich offen um. Vergütungen kommuniziere ich offen mit den KollegInnen. Bei Vorträgen unterstütze ich andere, die Übung brauchen.
Erfahren, 60%

Zu D2/Kategorie 2: Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen und Finanzmitteln; kooperative Marktteilnahme,
Ich springe bei Bedarf ein und gebe auch ab, wenn dies sinnvoll erscheint bzw. Bedarf besteht. Ich gebe zinsfreie Darlehen für andere Selbständige.
vorbildlich, 70%

D2/Kategorie 3: Kooperatives Marketing,
Die Lehrpläne sind bekannt, z.T. auch vorgeschrieben. Das Profil der Schule wird von den Lehrkräften gemeinsam nach außen getragen.
Erfahren, 50%

Gesamteinschätzung: erfahren, 60%

D3 ÖKOLOG. GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Kriterien	Erste Schritte (1-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbildlich (61-100%)
EFFIZIENZ & KONSISTENZ: Produkte / Dienstleistungen sind im ökol. Vergleich zu MitwerberInnen bzw. Alternativen mit vergleichbarem Nutzen (40-70%)	sind durch einen im Vergleich geringeren ökologischen Fußabdruck bzw. durch erste Ansätze einer überdurchschnittlichen, ökologische Gestaltung gekennzeichnet	Das Unternehmen verfügt über eine klare, nachvollziehbare Strategie und erkennbare Maßnahmen zur Ökologisierung der Produkte / Dienstleistungen	P / D weit über Branchendurchschnitt (z.B.: BAT = Best Available Technology;)	P / D branchenführend (z.B.: Cradle-to-Cradle)
SUFFIZIENZ: Aktive Gestaltung für eine ökol. Nutzung und suffizientem Konsum (20-40%)	Das Unternehmen setzt sich mit nicht-suffizienten / potentiell schädlichen Anwendungsgebieten seiner P / D ¹² aktiv auseinander (z.B.: interne Analyse der eigenen Produkte / Dienstleistungen) Produkte sind nicht widersprüchlich zu einem suffizienten Lebensstil	Erste Maßnahmen für suffiziente Lebensstile (Anwendung von Ausschlusskriterien, P/D für ökologisch orientierte Absatzmärkte)	Das Unternehmen fördert eine nachhaltige Nutzung aktiv durch bessere Konditionen und Services (z.B.: (Preisvorteile, Anreizsysteme, längere Gewährleistung, kostengünstige Reparatur)	Umfassende Förderung eines ökologisch suffizienten Kundenverhaltens: (Preisvorteile & Anreizsysteme; Reparatur, Wiederverwendung und gemeinschaftliche Nutzung wesentlicher Bestandteil des Geschäftsmodells)
KOMMUNIKATION Aktive Kommunikation ökologischer Aspekte den KundInnen gegenüber (10%-20%)	Das Unternehmen weist aktiv auf höherwertige Alternativen (auch bei MitwerberInnen) hin	Explizite und umfassende Informationen über die ökologischen und Lebensstil-Aspekte der P / D hin	Von Kunden wird aktiv -Feedback zu ökologischen und Lebensstil-Aspekten eingeholt (z.B.: Nutzungsverhalten, Verbesserungspotentiale, etc.)	Ökologische und Lebensstil-Aspekte wesentlicher Inhalt der KundInnenbeziehungen

D3 Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen

D3/Kategorie 1: EFFIZIENZ, RESILIENZ & KONSISTENZ: Produkte / Dienstleistungen sind im ökol. Vergleich zu Produkt / Dienstleistungen von MitwerberInnen bzw. Alternativen mit vergleichbarem Nutzen,

Ich vertrete in meinem Unterricht und auch den gemeinnützigen Tätigkeiten die Sichtweise einer ganzheitlichen Betriebswirtschaft, die menschliche Bedürfnisse und ökologische Notwendigkeiten über das Prinzip der Gewinnmaximierung stellt.

¹²

P / D = Produkte und Dienstleistungen

Erfahren, 60%

D3/Kategorie 2: SUFFIZIENZ: Aktive Gestaltung für eine ökol. Nutzung und suffizientem Konsum

Ich benutze extrem wenig Drogerieartikel, spüle mit der Hand und esse eher naturbelassen und keine industriell verarbeiteten Lebensmittel. Ich kaufe nur soviel zum Essen ein, wie ich auch verbrauche, sodass ich nichts wegwerfen muß. Mein (kleines) Auto nutze ich nur bei kaltem, nassen Wetter oder wenn ich was zu transportieren habe. Ich kaufe hochwertige Kleidung (möglichst fair), die auch gepflegt und geflickt wird. Fehlkäufe trage ich ab und zu auf den Flohmarkt.

Erfahren, 60%

D3/Kategorie 3: KOMMUNIKATION Aktive Kommunikation ökologischer Aspekte den KundInnen gegenüber

Meine SchülerInnen/StudentInnen mache ich in vielerlei Hinsicht auf Themen der Nachhaltigkeit aufmerksam, ohne ihnen auf die Nerven zu gehen. Deshalb warte ich eher ab, bis Fragen kommen, wo das passt. In meiner Tätigkeit als GWÖ-Referentin gebe ich das Thema sowieso aktiv weiter.

Vorbildlich, 70%

Gesamteinschätzung: vorbildlich, 65%

D4 SOZIALE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Kriterium	Erste Schritte (1-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbildlich (61-100%)
Berücksichtigung ökonomischer Barrieren in der Kundensphäre (B2C: 30-40%; B2B: 5-40%)	Das Unternehmen bietet einkommensschwachen Kunden gelegentlich P/D zu günstigere Konditionen an (betrifft mind. 1% der Umsätze / des Produktionsoutput). Das Angebot ist	Das Unternehmen bietet einkommensschwachen Kundinnengruppen gelegentlich P/D zu günstigere Konditionen an (betrifft 3-5% der Umsätze / des Produktionsoutputs)	Regelmäßige und umfangreiche soziale Preisstaffelung (betrifft 5-10% der Umsätze / des Produktionsoutputs)	Etablierte, ausgeprägte soziale Preisstaffelung (betrifft >10% der Umsätze / des Produktionsoutput)>

	transparent dargestellt (z.B.: auf der Webseite)	KundInnengruppen werden aktiv angesprochen		
Barrierefreier Zugang zu und Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen; 4 Dimensionen: physisch, visuell, sprachlich, intellektuell (B2C: 40-60%; B2B: 5-40%)	Barrierefreier Zugang in einer der vier Dimensionen sichergestellt (z.B.: Alle wesentlichen Standorte / Produkte / Dienstleistungen physisch barrierefrei)	Barrierefreier Zugang in zwei der vier Dimensionen sichergestellt (z.B.: + Sicherstellung des Informationszugangs bei reduziertem Seh- und Hörvermögen) Benachteiligte KundInnengruppen werden aktiv angesprochen	Das Unternehmen stellt einen barrierefreien Zugang in drei der vier Dimensionen sicher (z.B.: + Information / Beratung ist in den Sprachen von Minderheiten / MigrantInnengruppen verfügbar)	Das Unternehmen stellt einen barrierefreien Zugang in drei der vier Dimensionen sicher (z.B.: + Wesentliche Informationen sind in einer Easy-2-Read Version verfügbar)
Prozesse und Maßnahmen bezüglich ethischer Risiken und sozialer Aspekte in der Kundensphäre (B2C: 10-30%; B2B: 30-50%)	Keine Geschäftsbeziehungen mit ethisch kritischen Unternehmen	Regelmäßige Evaluierung potentiell kritischer Aspekte in der KundenInnen-Sphäre Durchführung erster Maßnahmen Reduzierte Risiken der P/D im Vergleich zu Alternativprodukten	Ausformuliertes Konzept, Strategie und etablierte Maßnahmen zur Adressierung potentiell kritischer Aspekte in der KundInnen-Sphäre (z.B.: Integration von Experten)	Umfassende Auseinandersetzung mit sozialen Aspekten in den KundInnenbeziehung (z.B.: Institutionalisierte Überprüfung über die Wirksamkeit der Maßnahmen)

D4: Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen

D4/Kategorie 1: Ökonomische Barrieren in der Kundensphäre,

Es ist mir wichtig, dass Wissen und Fähigkeiten, die ich zu geben habe, bei Interesse ohne Preisbarrieren genommen werden, solange das im Rahmen von Wertschätzung passiert.

Viele Leistungen gebe ich kostenlos oder zu verringerten Preisen ab.

Meine Unterrichtsstunden werden relativ niedrig vergütet, was aber in der ganzen Branche üblich ist.

Erfahren, 60%

D4/Kategorie 2: Barrierefreier Zugang zu und Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen,

Da kein Kunde zu mir nach Hause kommt, spielt der barrierefreie Zugang keine Rolle. Beim Unterricht gehe ich soweit wie möglich auf sprachliche Probleme bei MigrantInnen ein. Die Schule/Fachhochschule, bei der ich unterrichte, ist eine Privatschule. Viele der SchülerInnen und StudentInnen sind auf der staatlichen Schule nicht zurechtgekommen und haben dort eine Chance.

Fortgeschritten, 30%

D4/Kategorie 3: Prozesse und Maßnahmen bezüglich ethischer Risiken und sozialer Aspekte

Das größte Risiko bei meiner Lehrtätigkeit sehe ich darin, dass die TeilnehmerInnen die Zeit nicht für sich nutzen und dann vergeblich dafür Schulgeld bezahlt haben. Ich gebe ihnen

regelmäßig feed-back und versuche, sie zu ermutigen, ein Ohr für ihre sonstigen Nöte zu haben und auch gelegentlich weitere Hilfestellungen zu geben.
Erfahren, 60%

Gesamteinschätzung 50%

D5 ERHÖHUNG DES SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS

Kriterium	Erste Schritte (1-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbildlich (61-100%)
Kooperation mit MitwerberInnen und Partner der Wertschöpfungskette (20%-40%)	Erste Pilotprojekte zur gemeinsamen Entwicklung höherer Standards mit Marktpartnern (z.B.: F&E-Kooperation) Aktive Kommunikation höherer Standards nach Außen (z.B.: Webseite)	Regelmäßige, etablierte Mechanismen zur gemeinsamen Entwicklung höherer Standards Höhere Standards wesentlicher Bestandteil der Kommunikationspolitik des Unternehmen	Selbstverpflichtung auf Branchenebene	Sicherstellung und Überprüfbarkeit der höheren Standards (z.B.: externe Audits und unabhängige Kontrollen; Kooperation mit NGOs)
Aktiver Beitrag zur Erhöhung legislativer Standards (5%-20%)	Transparente Offenlegung der politischen Aktivitäten Kein Widerstand gegen höhere soziale und ökologische legislative Standards	Brancheninternes Engagement für höhere legislative Standards (z.B.: im Kooperation mit Branchenvertretung)	Über die Branche hinausgehendes Engagement für höhere legislative Standards (z.B.: Kooperation mit NGOs)	Transparente, wesentliche Berührungsgruppen inkludierender Lobbying-Prozess (z.B.: Ausformulierte Gesetzesinitiativen,)
Reichweite, inhaltliche Breite und Tiefe (40%-60%)	Ein sozial oder ökologischer Randaspekt betroffen	Ein wesentlicher sozial oder ökologischer Aspekt betroffen Tatsächliche Umsetzung höherer Standards betrifft > 25% des Umsatzes	Mehrere, wesentliche sozial oder ökologische Aspekte betroffen Tatsächliche Umsetzung höherer Standards > 50%	Alle wesentlichen sozialökologischen Aspekte Erhöhung der Branchenstandards ist inhärenter Bestandteil der Unternehmenspositionierung (> 90%)

D5 Erhöhung des sozialen und ökologischen Branchenstandards

D5/Kategorie 1: Kooperation mit Mitbewerbern,

freie DozentInnen werden in Deutschland teilweise zu den „prekär Beschäftigten“ und „Scheinselbständigen“ gezählt. Gleichzeitig ist der ideelle Stand in dieser Berufsgruppe relativ hoch, was freiwilliger Einsatz und Vorbereitungszeit sowie eigenverantwortliche Weiterbildung betrifft. Ich sehe hier also eher Maßnahmen gefragt, die den sozialen Status der DozentInnen selbst anhebt.

Ich engagiere mich dafür im Kreis der KollegInnen und teilweise in Organisationen.
Fortgeschritten, 30%

D5/Kategorie 2: Aktiver Beitrag zur Erhöhung legislativer Standards,

Die legislativen Standards für die Anforderungen an den Unterricht sind relativ hoch. Die Frage ist, ob das Schulsystem dazu taugt, die Entwicklung der SchülerInnen optimal zu fördern. Zu dieser Frage engagiere ich mich bei „Schule mit Zukunft“ und „Bildung im Wandel“.

Fortgeschritten, 30%

D5/Kategorie 3: Reichweite, inhaltliche Breite und Tiefe,
zusammen mit meinem Engagement für die GWÖ (Referentin, Energiefeld und Auditorin)
betrifft dieser Punkt mehr als 25% meines Umsatzes.
Fortgeschritten, 30%

Gesamteinschätzung 30%

E1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE / DIENSTLEISTUNGEN

Kriterien	Erste Schritte (1-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbildlich (61-100%)
Unternehmensinterne Prozesse	Evaluierung der direkten und indirekten Wirkung der P/D	Konzept und Strategie zur Reduktion negativer Produktwirkungen	Institutionalisierte Überprüfung der Wirksamkeit der Maßnahmen	Regelmäßige Berichterstattung über die gesellschaftliche Wirkung der P/D
Welche positiven Nutzen oder negative Folgewirkungen entstehen direkt oder indirekt durch unsere P/D?	Mehrheitlich positive Wirkungen unserer Produkte auf KundInnen Keine primäre Statusfunktion, Ersatzbefriedigung oder Suchtwirkung.	Mehrheitlich positive Produktwirkungen und aktive Bearbeitung möglicher negativer Folgen.	Ausschließlich positive Produktwirkungen.	P/D befriedigt Grundbedürfnisse und löst wesentliche gesellschaftliche Probleme, z.B. Armut, Gesundheit, Bildung
Kulturverträglichkeit: Wie sind soziale Aspekte im Wertschöpfungsprozess im Vergleich zu Alternativen mit ähnlichem Endnutzen zu beurteilen? (Siehe soziale Aspekte bei A1 sowie D4)	Punktuelle Ansätze über Branchendurchschnitt	Hinsichtlich sozialen Aspekte überdurchschnittlich e, P/D	Hinsichtlich sozialer Aspekte wesentlich besser als Branchendurchschnitt	Im Vergleich zu Alternativen sozial hochwertigste P/D
Naturverträglichkeit, Suffizienz / Genügsamkeit: Wie sind ökologische Aspekte unserer P/D im Vergleich zu P/D mit ähnlichen Endnutzen zu beurteilen? (siehe D3)	Punktuelle Ansätze über Branchendurchschnitt	Hinsichtlich ökologischer Aspekte überdurchschnittlich e, P/D	Hinsichtlich ökologischer Aspekte wesentlich besser als Branchendurchschnitt	Im Vergleich zu Alternativen ökologisch hochwertigste P/D

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / DL

E1/Kategorie 1: Unternehmensinterne Prozesse,

Ich hole mir regelmäßig feedback für meine Tätigkeiten und stelle auch immer wieder Tätigkeiten ein, die mir nicht sinnvoll/nützlich für die Allgemeinheit erscheinen oder ich sehe, dass andere diese Tätigkeiten besser erfüllen können.
Erfahren, 60%

E1/Kategorie 2: Welche positiven Nutzen oder negative Folgewirkungen entstehen direkt oder indirekt durch unsere P/D?

Der Nutzen für aus dem staatlichen Schulbereich herausgefallenen SchülerInnen ist sicher sehr hoch, weil sie an der Schule individuell behandelt werden. Das Gleiche gilt für die Studierenden. Auch den Nutzen für meine GWÖ-Tätigkeiten ist zumindest vom Bewußtseinsbildungsaspekt hoch zu beurteilen.

Vorbildlich, 70%

E1/Kategorie 3: Kulturverträglichkeit:

Wie sind soziale Aspekte im Wertschöpfungsprozess im Vergleich zu Alternativen mit ähnlichem Endnutzen zu beurteilen?

Die SchülerInnen /StudentInnen müssen Schulgeld bezahlen in Höhe von ca. 250,- pro Monat. Darauf habe ich keinen Einfluss. Dies führt dazu, dass viele nebenbei arbeiten, was sie auf der anderen Seite aber reifer und verantwortungsbewusster werden lässt. Im Unterricht fördere ich die gegenseitige Unterstützung, auch wenn Unterricht versäumt wurde. Erste Schritte, 10%

E1/Kategorie 4: Naturverträglichkeit, Suffizienz / Genügsamkeit:

Wie sind ökologische Aspekte unserer P/D im Vergleich zu P/D mit ähnlichen Endnutzen zu beurteilen?

Die Dienstleistungen, die ich erbringe, sind naturverträglich und suffizient, mit Ressourcen (Ausdrucke, Schreibmaterial etc.) gehe ich sehr sparsam um. Erfahren, 60%

Gesamtbewertung: 50%

E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

Kategorie	Anteil	Erste Schritte (0-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbildlich (61-100%)
Leistungen ¹³	70%	0-0,5%	0,5-1,5	1,5-2,5 %	> 2,5%
Wirkungen	30%	Vereinzelte spürbare Wirkungen mit vorwiegendem Symptomcharakter	Vertiefte Wirkungen ohne Nachhaltigkeit oder erste breitenwirksame Maßnahmen	Vertiefte und nachhaltige Wirkung in einzelnen Feldern	Nachhaltige Wirkung in mehreren Feldern
Zusatzfaktor	+/- 20% (maximal) ¹⁴	Vereinzelte Maßnahmen, nicht institutionalisiert, geringe Verantwortungsübernahme	Regelmäßig einzelne Maßnahmen, erste Strategie erkennbar, Verantwortlichkeit erkennbar	Umfassende Strategie, institutionalisierte Umsetzung, weitgehende Verantwortungsübernahme	dementsprechende Praxis seit mind. drei Jahren

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

E 2/Kategorie 1: Leistungen

Mein Beitrag zum Gemeinwesen ist deutlich höher als 2,5% des Jahresumsatzes, v.a. in Form von ehrenamtlicher Arbeit, aber auch gelegentliche Geldspenden.
Vorbildlich, 80%

E 2/Kategorie 2: Wirkungen

Meine Aufbauarbeit für eine regionale Währung hat Früchte getragen und ist im Volumen stabil angewachsen. Diese Verantwortung habe ich aber inzwischen abgegeben, um mich verstärkt der Gemeinwohlökonomie widmen zu können. Auch hier zeigen sich in Freiburg nachhaltige Wirkungen in einzelnen Feldern. So konnte die GWÖ beim Treffpunkt, einer Plattform für bürgerschaftliches Engagement, das von der Stadt Freiburg gefördert wird, einen zentralen Einfluss zum Thema Wirtschaft und Engagement von Unternehmen gewinnen.

Erfahren, 60%

Zusatzfaktor

Diese Praxis besteht seit mehreren Jahren.

+ 20%

Gesamtbewertung 90%

¹³ Geldwerter Umfang aller Maßnahmen (% vom Jahresumsatz bzw. der Jahresarbeitszeit)

¹⁴ Additiv zum Gesamtergebnis aus Leistungen und Wirkungen, wobei insgesamt 100% nicht überschritten werden dürfen.

E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

Kriterien	Erste Schritte (1-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbildlich (61-100%)
Absolute Auswirkungen:	Für die Beurteilung der absoluten Auswirkungen gilt es noch ein geeignetes Indikatorenset zu erarbeiten (z.B.: ökologischer Fußabdruck für Unternehmen) ¹⁵			
Relative Auswirkungen: Im Branchenvergleich liegt das Unternehmen hinsichtlich einiger ökol. Aspekte über dem Branchendurchschnitt	... hinsichtlich einiger ökol. Aspekte über dem Branchendurchschnitt mit klar erkennbaren Maßnahmen zur Verbesserung	... hinsichtlich wesentlicher ökol. Aspekte über dem Branchendurchschnitt mit klar erkennbaren Maßnahmen zur Verbesserung	... hinsichtlich wesentlicher ökol. Aspekte weit über dem Durchschnitt (Innovationsführer, Branchenleader, etc.)
Management und Strategie (mit zunehmender Größe von Relevanz, bei Branchen mit hohen ökol. Auswirkungen Grundvoraussetzung): Das Unternehmen setzt erste Schritte zur Identifikation der wesentlichen ökologischen Aspekte und Risiken (klare Verantwortlichkeiten, institutionalisierte Prozesse mit Unternehmensführung)	+ ... erhebt seinem Unternehmensgegenstand entsprechend Kennzahlen und verfügt über klare Strategien / Maßnahmen zu mehreren relevanten Aspekten (z.B.: CO ² -Footprint, Wasser- und Ressourcenverbrauch, branchenspezifische Aspekte)	+ ... erhebt seinem Unternehmensgegenstand entsprechend Kennzahlen und verfügt über klare, ambitionierte Strategien / Maßnahmen zu allen relevanten Aspekten (z.B.: CO ² -Footprint, Ressourcenverbrauch, branchenspezifische Aspekte)	+ ... verfügt über ambitionierte qualitative und quantitative Ziele und Strategien inkl. Fristen hinsichtlich wesentlicher Umweltaspekte

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Selbsteinschätzung Gesamtpunktzahl: 10,5 von 70 Punkten

E 3/Kategorie 1: Absolute Auswirkungen

Sehr geringe Auswirkungen auf Umweltfaktoren wie gelegentliche Autofahrten bei schlechtem Wetter

Erfahren, 60%

E 3/Kategorie 2: Relative Auswirkungen: Im Branchenvergleich liegt das Unternehmen

Der Schulbau ist energetisch nicht saniert. Mein Arbeitsplatz zu Hause, an dem ich ca. 80% meiner Arbeitszeit verbringe, wird durch ein neues Blockheizkraftwerk versorgt. Außer Computer, Drucker (Energy Star) und Telefon brauche ich keine technischen Geräte. Das Regenwasser wird in einem unterirdischen Tank gesammelt, steht zur Bewässerung des Gartens zur Verfügung und kann restlos versickern.

Erfahren. 60%

¹⁵ Auf EU-Ebene wird gegenwärtig an einem Handbuch zur Berechnung der ökologischen Auswirkungen von Organisationen gearbeitet. (Fertigstellung Herbst 2012): http://ec.europa.eu/environment/eussd/corporate_footprint.htm

E 3/Kategorie 3: Management und Strategie (geringe Relevanz)

Es ist eine klare strategische Ausrichtung vorhanden, um alle wesentlichen Aspekte weitgehend zu berücksichtigen. Mein Auto soll durch ein Auto mit alternativem Antrieb so bald wie möglich ersetzt werden, worin ich bisher noch meine größte „Umweltsünde“ sehe.

Erfahren, 50%

Gesamteinschätzung: erfahren, 60%

E4 MINIMIERUNG DER GEWINNAUSSCHÜTTUNG AN EXTERNE

Kategorie	Erste Schritte (1-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbild (61-100%)
Sinkende Dividendenaus-schüttung an Externe	5-Jahresschnitt: Dividende nicht höher als Inflation plus 5%	5-Jahresschnitt: Dividende nicht höher als Inflation plus 2,5%	5-Jahresschnitt: Dividende nicht höher als Inflation	Keine Gewinnausschüttung an externe EigentümerInnen

E4 Minimierung der Gewinnausschüttung an Externe

Keine Gewinnausschüttung an Externe.
Vorbildlich, 100%

E5 GESELLSCHAFTL. TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG

Transparenz

Kriterium	Erste Schritte (1-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbildlich (61-100%)
Inhaltl. Umfang	Einzelne Aspekte	Wichtige Aspekte	Großteil wichtiger Aspekte, v.a. die kritischen ¹⁶	Alle

¹⁶ Kritische Daten sind z.B. Beteiligungen an anderen Unternehmen und Tochtergesellschaften in Steueroasen, Lobbyingzahlungen an politische Entscheidungsträger/ - institutionen (Parteien/ Verbände), Produktionsprozesse mit Risikostoffen sowie potentiellen Beeinträchtigungen der Anrainer durch Emissionen (in Luft, Wasser, Boden), Lärm, Geruch, Lichtverschmutzung etc., Eingriffe in die Natur, Standortverlagerungen und der damit im Zusammenhang stehende Arbeitsplatzabbau

Reichweite Berührungsgruppen	Interne Transparenz (Intranet)	Stakeholder spezif. Transparenz (Extranet)	Allgemein passive Transparenz (Internet)	Allgemein aktive Transparenz (Kommunikationspolitik)
Reichweite Standorte	Mind. ein wesentlicher Standort	Einige wesentliche Standorte	Großteil der wesentlichen Standorte, v.a. die kritischen	Alle
Bei Unternehmen < 100 Mitarbeiter.	Oberflächlicher GWÖ-Bericht	Umfangreiche Beschreibung jedes Indikators	Detaillierte Beschreibung jedes Indikators	Detaillierte Beschreibung jedes Kriteriums von jedem Indikator
Bei Unternehmen > 100 Mitarbeiter. ¹⁷	GRI Level C	GRI Level B	GRI Level A	GRI Level A und Sector Supplement
Verifizierung > 100 Mitarbeiter.	Punktuell, indirekt extern verifiziert	Externe Evaluation der Risiken	Externe Verifikation aller wesentl. Kriterien, low level of assurance	High level of assurance + umfassende Kooperation mit NGOs

Mitbestimmung

Kriterium	Erste Schritte (1-10%)	Fortgeschritten (11-30%)	Erfahren (31-60%)	Vorbildlich (61-100%)
Art der Mitbestimmung + Dokumentation	Reaktiv: Anhörung von Beschwerden + Reaktion	Aktiv: Dialog mit hochrang. Unternehmensvertretern + umfassende Dokumentation	Aktiv +: Konsensorientierte Entscheidungen, Dokumentation mit Konsequenzen öffentlich zugänglich	Proaktiv/ innovativ: mind. 50% Konsensuale Entscheidungen
Umfang der Mitbestimmung	Einzelne Maßnahmen/ Projekte über begrenzte Zeit	Immer wieder umfassende Mitbestimmungsprozesse	Regelmäßige Einbeziehung bei wichtigen Themen, bei strategischen Entscheidungen	Permanenter Dialog und Mitbestimmung bei wesentlichen Themen/ strategischen Entsch.
Umfang einbezogener Berührungsgruppen	Einige	Die wichtigsten	Alle	Alle

Prinzipiell gilt: Je größer das Unternehmen ist, desto höher ist die Bewertung der wirklichen Mitbestimmung im Vergleich zur Transparenz.

Mitarbeiterzahl	Gewichtung Transparenz	Gewichtung Mitbestimmung
1-2	80%	20%
3-10	70%	30%
11-50	60%	40%
51-250	50%	50%
251-1.000	40%	60%
Über 1.000	30%	70%

¹⁷ Auf Basis der Vorgaben des GRI = Global Reporting Initiative – derzeitiger Standard in der Nachhaltigkeitsberichterstattung, siehe auch www.globalreporting.org

E5 Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung

Transparenz

Die Transparenz meiner Tätigkeiten bezieht sich auf alle wesentlichen Aspekte. Da ich hpts. In Teams arbeite (z.B. im Energiefeld Freiburg) ist diese Transparenz implizit gegeben. Bei Vorträgen oder Seminaren nehme ich auch gerne andere mit dazu. Bei meiner Hausverwaltung setze ich ebenfalls auf abgestimmte Entscheidungen mit den Mietern zusammen und vermittele bei Streitigkeiten.

Erfahren, 40%

Mitbestimmung

Die Mieter bestimmen meist selbst, wer neu dazu kommt. Änderungen/ Erneuerungen werden miteinander abgestimmt.

SchülerInnen/StudentInnen können bei Eigeninteresse Inhalte selbst gestalten.

Die Aktivitäten im Energiefeld werden im Team abgestimmt.
erfahren, 50 %

Gesamtbewertung: 42%

Ausblick

KURZFRISTIGE ZIELE

Mehr Aufmerksamkeit in meine Resilienz stecken, in Form von Gartenarbeit, um den Selbstversorgungsanteil (wieder) zu erhöhen.

LANGFRISTIGE ZIELE

Durch den Tod meines Vaters ist für mich eine neue Situation entstanden, weil ich nun mehr Verantwortung für die beiden Häuser habe. Dies möchte ich dazu nutzen, weitere ökologische Maßnahmen durchzuführen. Dies muss aber mit den anderen Beteiligten abgestimmt (und finanziert) werden.

BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ

Zunächst habe ich Anfang Januar im Rahmen einer Peergroup begonnen, die Bilanz für mich selbst zu erstellen. Nach einer Pause von mehreren Monaten habe ich sie Ende Juni fertig gestellt. Die Veränderungen, die in der Pause für mich geschehen sind, kann ich wohl erst in der nächsten Bilanz verarbeiten. Die Arbeit an der Bilanz geben mir dabei wichtige Hinweise und Orientierung, für die ich sehr dankbar bin.

Datum: 03.07.2013
