

ARBEITSBUCH ZUR

GEMEINWOHL-

BILANZ 5.0

KURZFASSUNG FÜR

HOCHSCHULEN



Impressum des Handbuchs zur Gemeinwohl-Bilanz 5.0 Vollbilanz

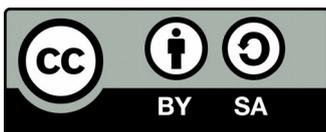
Stand: April 2017

Herausgeber: Matrix-Entwicklungsteam

Autor*innen: Manfred Blachfellner, Angela Drosig-Plöckinger, Susanna Fieber, Gerd Hofielen, Lutz Knakrügge, Manfred Kofranek, Sigrid Koloo, Christian Loy, Christian Rüter, Dominik Sennes, Regina Sörgel, Moritz Teriete

Lektorat: Susanne Feuerstein, Martin Thomas Pesl

Grafik: cardamom



Creative-Commons-Lizenz: Dieses Material steht unter der Creative-Commons-Lizenz Namensnennung

– Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International. Um eine Kopie dieser Lizenz zu sehen, besuchen Sie <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

Redakteurin für den Leitfaden Hochschulen Matrix 4.1: Susanne Köck

MitarbeiterInnen: Gabriele Edlinger, Volker Jäger, Christian Rüter

Kurzfassung: Anke Schwind, Juli 2018

Diese Kurzfassung ist ein erster Entwurf und wurde ausschließlich ehrenamtlich erstellt. Wir freuen uns über konkrete Rückmeldungen und Verbesserungsvorschläge.



Inhalt

Einleitung	4
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	11
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	12
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	14
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	16
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	18
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	20
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	22
B4 Eigentum und Mitentscheidung	24
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	27
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	30
C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	32
C4 Innerinstitutionelle Mitentscheidung und Transparenz	35
D1 Ethische Kund*innenbeziehungen	38
D2 Kooperation und Solidarität mit anderen Organisationen	42
D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	46
D4 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz	48
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	51
E2 Beitrag zum Gemeinwesen	53
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	57
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	60

Einleitung

Erläuterungen zur Kurzfassung

Diese Version des Arbeitsbuches richtet sich primär an Organisationen, die Interesse an einer ersten Kontaktaufnahme zum Gemeinwohl-Bericht haben. Sie beinhaltet eine Zusammenfassung der Information des Handbuchs zur Vollbilanz um die Themen und Aspekte der Gemeinwohl-Matrix näher kennenzulernen und erste tiefergehende Überlegung dieser vorzunehmen.

Nach diesem ersten Schritt gibt es vollständigere und umfangreichere Instrumente und Informationen, die für die weitere Bearbeitung und Erstellung eines Gemeinwohl-Berichtes verwendet werden können.

Diese Version enthält ausserdem konkrete Denkanstösse zu bestimmten Aspekten, die direkt an Hochschulen gerichtet sind.

Gemeinwohl-Matrix und Gemeinwohl-Bilanz

Die **Gemeinwohl-Matrix** ist ein Modell der Organisationsentwicklung und Bewertung der Tätigkeiten einer Organisation. Sie beschreibt 20 Gemeinwohl-Themen inhaltlich und gibt Anleitungen zur Bewertung nach Gemeinwohl-Maßstäben. Auf einer Seite dargestellt bietet sie eine gute Übersicht.

GEMEINWOHL-MATRIX 5.0



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

Gemeinwohl-Ökonomie: www.ecogood.org



Im Bilanzierungsprozess wird ein **Gemeinwohl-Bericht** erstellt, also eine umfassende Dokumentation der Gemeinwohlorientierung einer Organisation. Darin enthalten sind die Beschreibungen der Aktivitäten in Bezug auf alle 20 Gemeinwohl-Themen, die erkennen lassen, wie weit sich die Organisation bereits entwickelt hat. Jedes Thema beschreibt, wie die einzelnen Werte gegenüber den jeweiligen Berührungsgruppen gelebt werden.

Das **Testat** dokumentiert im grafischen Design der Matrix (eine gut übersichtliche DIN-A4-Seite) eine extern evaluierte Bewertung der einzelnen Themen und eine Gesamtpunktezahl (Gemeinwohl-Punkte).

Gemeinwohl-Bericht und Testat ergeben zusammen die **Gemeinwohl-Bilanz**. Hilfsinstrumente zur Erstellung des Gemeinwohl-Berichts sind die **Berichtsvorlage** und der **Bilanzrechner** zur Ermittlung der Gemeinwohl-Punkte.

Gemeinwohl-Werte

Menschenwürde

Menschenwürde bedeutet für uns, dass jedes menschliche Wesen an sich wertvoll, schützenswert und einmalig ist, unabhängig von Herkunft, Alter, Geschlecht und anderen Merkmalen. 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. Die Menschenwürde ist unabhängig von der Verwertbarkeit der menschlichen Arbeitskraft und „unantastbar“.

Solidarität und Gerechtigkeit

Solidarität und Gerechtigkeit sind zwei nahestehende Werte, deren Gemeinsamkeit in Empathie, Wertschätzung und Mitgefühl mit anderen sowie im Recht auf Chancengleichheit liegt. Beide Werte zielen darauf ab, Ungerechtigkeit zu reduzieren, Verantwortung zu teilen und eine Balance zwischen Stark und Schwach herzustellen.

Solidarität ...

- spiegelt den Anspruch wider, allen Menschen zumindest eine Grundausstattung an Chancen zu bieten und niemanden untergehen zu lassen.
- äußert sich in gegenseitiger und uneigennütziger Hilfestellung bei Notlagen bzw. zur Überwindung schwieriger Situationen sowie in freiwilliger Kooperation miteinander.
- mündet unter Umständen auch in einer konkreten Gemeinschaftsverpflichtung und -haftung. Das Kollektiv übernimmt dabei Verantwortung für Schwächere.
- basiert auf einem Zusammengehörigkeitsgefühl, das aus Sicht der GWÖ als Verbundenheit mit Menschen verstanden wird, und nicht in einer Abgrenzung zu anderen Gruppen, wie es historisch oftmals verstanden wurde.

Gerechtigkeit ...

- beschreibt eine Zielvorstellung, bei der es eine angemessene Verteilung von Gütern, Ressourcen, Macht sowie auch Chancen und Pflichten gibt.
- wird über soziale Mechanismen hergestellt, wie eine gerechte Ordnung von Gesellschaft, Wirtschaft und Staat. Im Idealfall sind diese institutionalisiert, d.h. in einer Rechtsordnung verankert. Handlungen, die Gerechtigkeit herstellen sollen, sind daher zumeist nicht ausschließlich freiwillig gesetzt.

Ökologische Nachhaltigkeit

Ökologie betrachtet die Beziehungen der Lebewesen zu ihrer Umwelt, welche gleichzeitig ihre Lebensgrundlage darstellt. Durch die Eingriffe des Menschen ist diese massiv bedroht. Alle Organisationen sind gefordert, ihren Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung zu leisten. Diese soll den Bedürfnissen der heutigen Generation entsprechen, ohne die Möglichkeit künftiger Generationen zu gefährden, ihre Bedürfnisse zu befriedigen und ihren Lebensstil zu wählen.

Die Nachhaltigkeit von Produkten und Dienstleistungen kann nur dann bewertet werden, wenn der gesamte Lebensweg betrachtet wird. Darunter verstehen wir aufeinanderfolgende Stufen eines Produktsystems – von der Rohstoffgewinnung oder Rohstoffherzeugung (A3) über die Entwicklung, Herstellung oder Verarbeitung in der Organisation bis zur Lieferung (E3), zur Verwendung durch die Kund*innen und der endgültigen Beseitigung des Produktes (D3). Für Dienstleistungen kann ein analoger Lebensweg definiert werden.

Ökologische Nachhaltigkeit kann durch gezielte Investitionen verbessert werden und ist dann oft auch mit sozialen Veränderungen verbunden. Bei B3 werden daher (im Gegensatz zu den anderen Themen der ökologischen Nachhaltigkeit) sowohl der ökologische als auch der soziale Aspekt der Investitionen betrachtet.

Transparenz und Mitentscheidung

Transparenz ist eine Voraussetzung, damit mündige Berührungsgruppen mitentscheiden können. Unter Transparenz ist die Offenlegung aller für das Gemeinwohl bedeutender Informationen zu verstehen, insbesondere der kritischen Daten wie z.B. der Protokolle der Führungsgremien, der Gehälter, der internen Kostenrechnung, der Entscheidungen über Einstellungen und Entlassungen usw.

Mitentscheidung beinhaltet die Mitwirkung der jeweiligen Berührungsgruppe an den Entscheidungen, vor allem bei jenen, die sie selbst betreffen. Die Betroffenen sollen zu Beteiligten gemacht und so weit wie möglich involviert werden. Dabei gibt es unterschiedliche Abstufungen von Anhörung und Konsultation über ein Vetorecht bis hin zu gemeinsamen konsensualen Entscheidungen.

Berührungsgruppen

A Lieferant*innen

Diese Berührungsgruppe umfasst sowohl direkt zuliefernde Unternehmen als auch deren Lieferant*innen und damit grundsätzlich die gesamte Zulieferkette. Betrachtet werden alle Produkte und Dienstleistungen, die von anderen bezogen werden. Jede Organisation kann durch Auswahl bei der Kaufentscheidung, durch Gestaltung von Vertragsbedingungen und durch Einflussnahme Mitverantwortung für ihre Lieferant*innen übernehmen.

Wie diese Mitverantwortung in der Praxis gelebt werden kann, hängt von realen Machtverhältnissen am Markt und der Entfernung in der Zulieferkette ab. Wesentlich ist es, bei zugekauften Produkten und Dienstleistungen besonders kritisch auf die Vorgänge in der Zulieferkette zu achten, wenn die Lieferungen entweder hohe wirtschaftliche Bedeutung für die Organisation haben oder für die eigenen Produkte wichtige bzw. risikobehaftete Bestandteile sind. Als Orientierung kann eine Auflistung der wesentlichsten Lieferant*innen der Organisation (bis zum Gesamtwert von ca. 80 % des Einkaufsvolumens) sowie der von diesen bezogenen Produkte und Dienstleistungen dienen. Besonders Produkte und Branchen mit sozialen oder ökologischen Risiken sind auch bei Kleinstmengen zu betrachten.

B Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen

Die Eigentümer*innen einer Organisation haben die Verfügungs- und Entscheidungsrechte, dafür aber auch Verantwortung und Haftung. Die Rolle der Eigentümer*innen ist abhängig vom jeweiligen Rechtssystem.

Geldgeber*innen stellen Eigenkapital oder Fremdkapital zur Verfügung. Finanzdienstleister*innen sind Dienstleistungsunternehmen für Zahlungsverkehr, Versicherungen und Vermögens- bzw. Finanzberatung.

C Mitarbeitende

Die Berührungsgruppe C umfasst alle Personen, deren Tätigkeit für die Organisation in wesentlichen (= für die Tätigkeit unbedingt erforderlichen) Teilen im direkten Kontext der Organisation (räumliche, organisatorische und soziale Strukturen) steht und für die mindestens eines der folgenden Kriterien zutrifft:

- Anstellungsverhältnis
- Personen, die über einen Zeitraum von mindestens sechs Monaten tätig sind
- Personen, die mindestens vier Stunden in der Woche tätig sind
- Tätigkeiten, die regelmäßig und wiederkehrend (z.B. jeden Sommer) ausgeübt werden

D Kund*innen und Mitunternehmen

Unter der Berührungsgruppe der Kund*innen sind die Zielgruppen der Organisation zu verstehen, die mit den Produkten und Dienstleistungen angesprochen werden sollen, wie z.B. Nutzer*innen der Produkte und Dienstleistungen, Händler*innen und Endkund*innen sowie Auftraggeber*innen. Direkte Mitunternehmen sind in erster Linie jene Organisationen, die mit ihrem Angebot dieselbe (regionale) Zielgruppe ansprechen. Darüber hinaus wird auch das Verhalten gegenüber sowie der Umgang mit Organisationen anderer Branchen bzw. anderer Regionen beleuchtet.

E Gesellschaftliches Umfeld

Die Berührungsgruppe E umfasst alle Gruppen, die nur mittelbar die Auswirkungen des Handelns der Organisation spüren. Die Gruppe wird dabei so weit wie sinnvoll möglich gedacht, wobei sich Unterschiede bezüglich der einzelnen Werte ergeben:

- E1: Menschheit insgesamt, inklusive künftiger Generationen (beinhaltet alle Menschen als vernunftbegabte Wesen, die für sich Werte und Sinn selbst definieren können).
- E2: Gemeinwesen als große soziale Gruppe, die sich einen abgegrenzten Lebensraum teilen. Dieser kann physisch oder virtuell sein (z.B. alle Menschen, die in einer Region leben; alle Nutzer*innen des Internets). Die Gruppe hat gemeinsame Regeln und Institutionen geschaffen, die auf einem gemeinsamen Grundverständnis beruhen. Eine Organisation kann mehreren Gemeinwesen angehören (Kommune, Staat, Scientific Community etc.).
- E3: globales ökologisches Umfeld, inklusive der natürlichen Lebensgrundlagen künftiger Generationen.
- E4: relevante Berührungsgruppen für die Organisation, die nicht durch A bis D abgedeckt sind (z.B. Anrainer*innen, kritische NGOs als „Anwält*innen“ der Gesellschaft).

Beitrag zum Gemeinwohl

Die Gemeinwohl-Matrix vereint die beiden Hauptachsen der Gemeinwohl-Ökonomie, Werte und Berührungsgruppen, und bietet somit einen schnellen Überblick zur Erarbeitung des Gemeinwohl-Berichts. An jeder Kreuzung zwischen einem Wert und einer Berührungsgruppe muss die Organisation ihre Beziehung zu dieser Gruppe anhand des entsprechenden Wertes hinterfragen.

Dieses verkürzte Handbuch enthält die Berichtsfragen und die verpflichtenden Indikatoren, die den Organisationen helfen werden, über ihre Aktivitäten und deren Wirkungen auf die einzelnen Aspekte nachzudenken. Anhand der Schlussfolgerungen zu jedem Punkt wird eine Bewertung vorgenommen, die den Beitrag der Organisationen zum Gemeinwohl widerspiegelt.

Die Bewertung ist daher keine Messung, sondern die Anwendung der Gemeinwohl-Werteskala auf die Aktivitäten von Organisationen bzw. deren Wirkungen auf die unterschiedlichen Berührungsgruppen.

Um diese Bewertung durchzuführen, hat sich die Organisation Gedanken darüber zu machen, inwieweit sie die Kriterien des jeweiligen Aspekts erfüllt und kann so die Höhe ihres Beitrags bestimmen. Um ihre Einstufung und die entsprechende Punktzahl nachzuweisen, muss sie

Informationen liefern, die als Beleg sowie als Grundlage für die verpflichtenden und/oder anderen Indikatoren dienen, die als anwendbar erachtet werden können.

Es existieren fünf Bewertungsstufen zur Messung des Beitrags zum Gemeinwohl: Basislinie, Erste Schritte, Fortgeschritten, Erfahren und Vorbildlich, die sich in einem Skalenbereich von 0 zu 10 Punkten befinden. Nachfolgend ist eine Übersicht der jeweiligen Bewertungsstufen dargestellt, die den Organisationen als Orientierung dienen soll, um zu bewerten wie weit sie sich in ihrer Gemeinwohlorientierung bei diesem Thema bereits entwickelt haben und in welchem Umfang die Kriterien der jeweiligen Stufe erfüllt sind. In den ausführlicheren Handbüchern gibt es für jeden Aspekt eine umfangreichere und präzisere Skala.

Bewertungsstufen – Skalenbereich



Vorbildlich – 7-10 Punkte

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

Erfahren – 4-6 Punkte

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

Fortgeschritten – 2-3 Punkte

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

Erste Schritte – 1 Punkt

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

Basislinie - 0 Punkte

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

Die Gesamtbewertung besteht aus der Einzelbewertung aller Themen. Die Detailbewertung findet je nach Bilanzvariante auf unterschiedlichen Ebenen statt, siehe Vollbilanz oder Bilanz kompakt.

Zusätzlich zur Bewertung auf Themenebene wird eine Gesamtbewertung, die Gemeinwohl-Punktezahl, ermittelt. Obwohl die Gemeinwohl-Punktezahl im Sinne der Organisationsentwicklung wenig aussagekräftig ist, wurde diese von vielen Pionierunternehmen gewünscht und hat künftig auch Bedeutung für etwaige Rechtsfolgen der Gemeinwohl-Bilanzierung.

Maximal können 1.000 Gemeinwohl-Punkte erreicht werden, das Minimum liegt bei -3.600 Punkten. Die Gemeinwohlabilanz wurde so entwickelt, dass sie für Organisationen jeder Branche, jeder Größe und jeder Rechtsform anwendbar ist – vom gemeinnützigen Verein über den mittelständischen Familienbetrieb bis zum börsennotierten Konzern oder zur öffentlichen Universität.

Diese Organisationen haben sehr unterschiedliche Wirkungen auf die Gesellschaft, ebenso sind mit den jeweiligen Tätigkeiten unterschiedliche Risiken verbunden. Um den unterschiedlichen Branchen und Organisationsgrößen gerecht zu werden, wurde eine variable Gewichtung der Themen entwickelt.

Ziel dieses Vorgehens ist es, nicht nur die Auswirkung der Aktivitäten und Tätigkeiten einer Organisation auf das Gemeinwohl sichtbar zu machen, sondern es soll auch als Grundlage für einen Verbesserungsprozess in der Erfüllung der festgelegten Kriterien dienen, um diesen Beitrag ständig zu erhöhen.

Die Gemeinwohl-Matrix erlaubt ein gewisses Maß an Flexibilität, damit Organisationen ihren Beitrag zur Weiterentwicklung der Matrix leisten können. Sie werden angespornt, selbst Mittel und Wege zu suchen, die Gemeinwohl-Werte zu leben. Deshalb ist bei jedem Thema die „Globalfrage“ zu stellen: „Wie kann ich bzw. meine Organisation den Wert X in Bezug auf die Berührungsgruppe Y am besten erfüllen und fördern?“ Die Matrix bietet konkrete Orientierung für sämtliche Themen und Aspekte. Darin werden teilweise eindeutige Ziele formuliert (z.B. „konsensuale Entscheidungsfindung in der Organisation“) und Beispiele für die Umsetzung angeboten (z.B. „systemisches Konsensieren“). Dennoch bleibt die Möglichkeit, eigene, neue, gleichwertige Umsetzungsschritte zu finden. Auf diese Weise wird den Organisationen ein Kreativitätsspielraum gelassen.

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Die Produkte und Dienstleistungen, die eine Organisation zukaft, sind mit einer Vielzahl an gesellschaftlichen Auswirkungen verbunden. Diese können sowohl positiv als auch negativ sein. Besonders wichtig sind die Arbeitsbedingungen aller Mitarbeitenden in der gesamten Zulieferkette. Eine Organisation ist für das Wohlergehen aller Menschen – auch bei ihren Lieferant*innen und Vorlieferant*innen – mitverantwortlich.

Für Hochschulen, die eigenständig einkaufen können, gelten die gleichen Leitlinien wie für Unternehmen. Für solche, die von bundesweiten Einkäufen oder EU-weit ausgeschrieben abhängen, werden Punkte vergeben, wenn man sich dafür einsetzt, mehr Autonomie zu erhalten, auch wenn sie per Gesetz nicht vorgesehen ist. Hat die Hochschule sich z.B. dafür eingesetzt, dass die Standards der Beschaffung erhöht werden oder dass gemeinwohlorientierte Lieferant*innen von der Ausschreibung erfahren?



Eine GWÖ-Organisation ...

- bezieht Produkte und Dienstleistungen, welche unter menschenwürdigen Bedingungen hergestellt wurden.
- achtet auf Risiken in der Zulieferkette, bei welchen die Verletzung der Menschenwürde häufig vorkommt.
- setzt sich aktiv für ein menschenwürdiges Verhalten in der Zulieferkette ein.



Einstiegsfragen

- Was wissen wir über die Einhaltung der Menschenwürde bei unseren Lieferant*innen (z.B. Qualität der Arbeitsplätze), speziell bei unseren größten Lieferant*innen?
- Welche potenziellen negativen Auswirkungen oder Risiken gibt es in der Zulieferkette (z.B. Menschenrechtsverletzungen), die mit unseren Geschäftstätigkeiten verbunden sind?
- Wie trägt unsere Organisation zur Schaffung menschenwürdiger Bedingungen und zur Lösung sozialer Probleme und Herausforderungen in der gesamten Zulieferkette bei?

A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

Ziel ist es, dass sich eine Organisation aktiv mit den von ihm eingekauften Produkten und Dienstleistungen auseinandersetzt und durch geeignete Maßnahmen zu positiven Auswirkungen und menschenwürdigen Bedingungen in seiner gesamten Zulieferkette beiträgt.



Berichtsfragen

- Welche Produkte/Dienstleistungen werden zugekauft? Nach welchen Kriterien werden

Lieferant*innen ausgewählt?

- Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette evaluiert?
- Wie wird geprüft, ob Verstöße gegen die Menschenwürde bei den Lieferant*innen vorliegen?
- Wie wird auf Lieferant*innen eingewirkt, um die Menschenwürde gegenüber ihren Berührungsgruppen stärker zu leben?
- Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?



Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der zugekauften Produkte/Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen in Tabellenform
- Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden

A1.2 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Die Produktion vieler Güter des täglichen Gebrauchs ist mit großen sozialen Problemen verbunden. Angesichts globaler, komplexer Produktionsprozesse ist es für fast keine Organisation und keine Privatperson möglich, Verletzungen der Menschenwürde in der Zulieferkette auszuschließen.



Berichtsfragen

- Welche Bereiche der Zulieferkette weisen eine besondere Gefährdung der Menschenwürde auf?
- Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren und zu vermeiden?



Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch riskant bzw. ethisch unbedenklich sind

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Das heutige Wirtschaftsleben ist geprägt durch Verdrängungswettbewerb, egoistisches Streben nach Maximierung der Marktmacht und in globalen Zulieferketten oftmals durch ausbeuterische Geschäfts- und Arbeitsverhältnisse. Organisationen tragen im Umgang mit direkten Lieferant*innen die Verantwortung für eine faire und solidarische Interaktion. Darüber hinaus trägt jede

Organisation im Rahmen ihrer Möglichkeiten der Einflussnahme auch in der Zulieferkette eine Mitverantwortung für einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander.



Eine GWÖ-Organisation ...

- sorgt für faire und solidarische Geschäftsbeziehungen zu ihren direkten Lieferant*innen.
- erkennt ihre Mitverantwortung für Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette und gestaltet ihr Handeln entsprechend.



Einstiegsfragen

- In welchen Bereichen erwarten Lieferant*innen Fairness und Solidarität unsererseits?
- Wer sind unsere direkten und indirekten Geschäftspartner*innen in der Zulieferkette, und inwiefern verhalten sie sich fair und solidarisch gegenüber anderen Beteiligten?
- Wie weit reicht unser direkter und indirekter Einfluss in der Zulieferkette auf die Gestaltung eines fairen und solidarischen Umgangs der Beteiligten miteinander?

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen

Solidarität und Gerechtigkeit im Umgang mit direkten Lieferant*innen drücken sich vor allem im Rahmen der Ausgestaltung der Geschäftsbeziehungen in Form von fairen Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen aus. Darüber hinaus ist aber auch das Zugeständnis eines gerechten Anteils an der Wertschöpfung wichtig, um eine wirtschaftliche Existenz aller Beteiligten nebeneinander zu ermöglichen.



Berichtsfragen

- 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 zufrieden sind die Lieferant*innen mit den Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen?
- Mit welchen Maßnahmen wird dazu beigetragen, dass die Lieferant*innen über einen fairen Anteil an der Wertschöpfung verfügen?



Verpflichtende Indikatoren

- durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehung zu Lieferant*innen
- geschätztes Verhältnis des Anteils an der Wertschöpfung zwischen Organisation und Lieferant*innen

A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette

Organisationen tragen die Verantwortung, entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten untereinander einzufordern sowie aktiv zu unterstützen und zu fördern.



Berichtsfragen

- Welche Strategien verfolgt die Organisation, um innerhalb ihres Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?
- Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert die Organisation entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?
- Wie überprüft und sanktioniert die Organisation diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?



Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt
- Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden

A2.3 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Ein Machtgefälle in den Geschäftsbeziehungen zwischen einer Organisation und den Lieferant*innen kann zu Übervorteilung und Abhängigkeiten führen. Konkret kann sich dies z.B. in Form von Preisdumping und Knebelverträgen zeigen.



Berichtsfragen

- Inwiefern besitzt die Organisation Marktmacht gegenüber Lieferant*innen, und wie wird sie eingesetzt?
- Hat die Organisation Hinweise darauf, dass ihre Lieferant*innen unter ihrer Marktmacht, insbesondere hinsichtlich Zahlungs- und Lieferbedingungen, leiden?
- Welche Beschwerden bzw. negative Berichterstattung gab es im letzten Jahr diesbezüglich?

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

Jede Organisation ist mit Umweltauswirkungen in der Zulieferkette konfrontiert und kauft diese mit den bezogenen Rohwaren, Produkten und Dienstleistungen mit ein. Organisationen sind daher für die ökologische Nachhaltigkeit in ihrer Zulieferkette mitverantwortlich. Das Ziel ist es, zur Reduktion der Umweltauswirkungen in der gesamten Zulieferkette beizutragen.



Eine GWÖ-Organisation ...

- evaluiert den Lebensweg bzw. die Zulieferkette der Produkte und Dienstleistungen nach negativen ökologischen Auswirkungen.
- wählt im Einkauf die ökologisch verträglichsten Optionen.
- verzichtet weitestgehend auf Produkte und Dienstleistungen mit sehr hohen Umweltauswirkungen.



Einstiegsfragen

- Was wissen wir über die Umweltauswirkungen in unserer Zulieferkette, insbesondere bei den größten Lieferant*innen bzw. jenen Produkten und Dienstleistungen, die mit hohen Umweltrisiken einhergehen?
- Wie tragen unsere Organisation und alle Beteiligten in der gesamten Zulieferkette zu einer Verringerung der Umweltauswirkungen bei?

A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Der Einkauf von Rohwaren, Produkten und Dienstleistungen ist mit ökologischen Risiken und Auswirkungen verbunden.



Berichtsfragen

- Welche und wie viele Rohstoffe und Materialien werden in der Produktion aufgewendet?
- Welche Arten von Energie und Material und welche Technologien werden in der Produktion eingesetzt?
- Nach welchen Kriterien werden Rohwaren, Produkte, Dienstleistungen ausgewählt?
- Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?
- Welche schädlichen Umweltauswirkungen gibt es in der Zulieferkette bzw. bei zugekauften Produkten?
- Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen berücksichtigt?
- Durch welche Maßnahmen wird eine Reduktion der Umweltauswirkungen bei den direkten Lieferant*innen und in der gesamten Zulieferkette erreicht?
- Welche Unterschiede gibt es zum Mitbewerb hinsichtlich ökologischem Einkauf?



Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind
- Anteil der Lieferant*innen, die zur Reduktion ökologischer Auswirkungen beitragen

A3.2 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Einige Branchen/Produkte/Dienstleistungen stehen in sehr engem Zusammenhang mit unverhältnismäßig schädlichen Umweltauswirkungen.



Berichtsfragen

- Welche Lieferant*innen bzw. Produkte der Zulieferkette weisen besonders hohe schädliche Umweltauswirkungen auf?
- Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren?



Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die mit unverhältnismäßig hohen Umweltauswirkungen einhergehen

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Transparenz in der Zulieferkette ist eine Grundvoraussetzung für ethisches Beschaffungsmanagement, da nur das Bekannte aktiv gesteuert werden kann. Transparente Informationen über die Zulieferkette dienen dazu, dass auch andere Berührungsgruppen zurückverfolgen können, von wem und unter welchen Bedingungen Produkte hergestellt werden. Transparenz ist darüber hinaus die Grundlage für die Mitentscheidung der Lieferant*innen bei Themen, die sie betreffen.



Eine GWÖ-Organisation ...

- schafft Transparenz gegenüber Lieferant*innen und sorgt für eine angemessene Mitbestimmung der Lieferant*innen in Bereichen oder bei Entscheidungen, die diese betreffen.
- erkennt ihre Mitverantwortung für Transparenz und gemeinsame Entscheidungsfindung in der gesamten Zulieferkette und gestaltet ihr unternehmerisches Handeln entsprechend.



Einstiegsfragen

- Welche Informationen von und über unsere Organisation sind von Interesse und Relevanz für unsere Lieferant*innen?
- Von welchen Entscheidungen innerhalb unserer Organisation sind unsere Lieferant*innen betroffen?
- Wer sind unsere direkten und indirekten Geschäftspartner*innen in der Zulieferkette, und inwiefern verhalten sie sich transparent und partizipativ gegenüber anderen

Beteiligten?

- Wie weit reicht unser direkter und indirekter Einfluss in der Zulieferkette auf die Gestaltung eines transparenten und partizipativen Umgangs der Beteiligten miteinander?

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen

Transparenz gegenüber Lieferant*innen zeichnet sich dadurch aus, ob und in welchem Ausmaß Informationen zur Verfügung gestellt werden. Dabei sind der Umfang und die Tiefe sowie die Art der Verfügbarkeit der bereitgestellten Informationen entscheidend. Mitentscheidung ist ein wichtiges Instrument zur Stärkung der Position von Lieferant*innen und kann gleichzeitig der Optimierung von Geschäftsabläufen dienen.



Berichtsfragen

- Welche Informationen werden in welchem Umfang Lieferant*innen zur Verfügung gestellt?
- Wie und in welchem Umfang wird Lieferant*innen in relevanten Situationen und Bereichen Mitentscheidung ermöglicht?
- Wie zufrieden sind Lieferant*innen mit der Informationspolitik und den Mitentscheidungsrechten der Organisation?

A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette

Organisationen tragen die Verantwortung, entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten untereinander einzufordern, aktiv zu unterstützen und zu fördern.



Berichtsfragen

- Welche Strategie verfolgt die Organisation, um innerhalb ihres Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?
- Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert die Organisation entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander?
- Wie prüft und sanktioniert die Organisation diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?



Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt
- Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Eine werte- und gemeinwohlorientierte Haltung mit daraus abgeleiteter Finanzethik versteht Geld nur als Mittel des Zahlungsverkehrs und die Vermehrung von Geld nicht als Endzweck. Sie fordert vielmehr einen Umgang damit ohne Druck und unter Achtung der Menschenwürde. Die Wirkungen von Finanzierungsformen und Finanzprodukten auf die Interessen aller Beteiligten werden kritisch hinterfragt.

Selbst wenn das Mitspracherecht der Hochschulen in Finanzfragen (z.B. zur Berücksichtigung regionaler, sozialer und ökologischer Aspekte) begrenzt ist, kann versucht werden, den eigenen Einflussbereich zu erweitern oder pragmatische Spielräume zu finden.

Die nachstehenden Leitlinien gelten für den speziellen Bereich der Drittmittelfinanzierung, das heißt für Gelder, die nicht direkt aus dem staatlichen Jahresbudget kommen, sondern von anderer öffentlicher und privater Seite: von Wirtschaftsbetrieben, aus anderen Kapiteln des Staatshaushalts, von der EU, von Forschungsgemeinschaften, etc.

Die Universität behält Autonomie und Selbstverwaltung in Bezug auf die Drittmittel. Folgende Grundsätze (und damit Idealvorstellungen) gelten für alle Drittmittel einschließlich Stiftungsprofessuren und Stipendien:

- Gewissens-, Weisungs-, Satzungs- und Forschungsfreiheit bleiben erhalten. Als Erfüllungskriterium werden keinesfalls Forschungsinhalte und -ergebnisse herangezogen, sondern vor allem die Anwendung der wissenschaftlichen Methodiken/Grundsätze zur Erkenntnisgewinnung.
- Der Schutz des geistigen Eigentums. Unabhängigkeit, Sensibilität, Unvoreingenommenheit und Glaubwürdigkeit der WissenschaftlerInnen und KünstlerInnen bleiben bestehen.
- Lehr-, Weiterbildungs- und Lernfreiheit werden von ökonomischen, aber auch von politischen und ideologischen Verwertungsinteressen nicht angetastet.
- Den Drittmittelgebern entstehen keine Privilegien in Kooperation mit der Hochschule.
- Die Kooperation dient dem gegenseitigen Nutzen. Die Universität ist nicht der schwächere Partner und es besteht keine Abhängigkeit von einzelnen Drittmittelgebern.
- Hochschulen fordern nach Möglichkeit den Abzug einer Gemeinkostenpauschale vom Drittmittelgeber, möglichst in Höhe von 20 % der direkten Projektkosten. Bei Projekten, bei denen feste Sätze für die Gemeinkosten festgelegt sind, werden 50 % dieses Pauschalbetrages dem Drittmittelpool (der Gesamt-Hochschule für alle Forschungsanliegen) zugeführt.
- Keine Drittmittelfinanzierung durch unethische Institutionen/Unternehmen (z.B. keine Rüstungsforschung oder mit Banken, die unethische Geschäfte tätigen, siehe www.banktrack.org).
- Kein Kauf von Institutsnamen durch Drittmittelgeber bzw. Unternehmen.
- Reines Sponsoring nur für Randbereiche, z.B. Hörsaalausstattung.

- Es gilt unternehmerische Finanzierungsplanung: Kostenarten pro Jahr werden aufgeschlüsselt in: Personal-, Sachkosten, Investitionen, (Verwaltungs)- Overheadkosten sowie die Folgekosten.
- Indirekte und allgemeine Kosten der Gebäude, Apparate, Personal (inkl. Urlaubsgelder, Lohnerhöhungen etc.) sowie ein möglicher Überschuss für Investitionen etc. werden in die Arbeitsverträge hinein gerechnet (keine versteckten Subventionierung durch universitäre Infrastruktur, keine Wettbewerbsverzerrung).
- Mitarbeiter*innen der Hochschule werden im Hinblick auf die Grundsätze ethischen Drittmittelmanagements ausgebildet und institutionell unterstützt. Die Hochschule ist für die Einhaltung der Grundsätze verantwortlich.



Eine GWÖ-Organisation ...

- führt ihr Finanzmanagement nach kritischen ethischen Grundsätzen.
- wird an einer Struktur ihrer Finanzierung arbeiten, die diese ethische Orientierung absichert.
- bemüht sich um ein beständiges Erhöhen des Eigenkapitalanteils und das Ergänzen der Eigenmittel durch Mittel von Partner*innen, die ebenso an der Unabhängigkeit und Selbstbestimmung der Organisation interessiert sind.



Einstiegsfragen

- Wie stellen wir eine ausreichende Ausstattung mit Eigenmitteln sicher?
- Wie könnte solidarische Finanzierung bei uns in der Organisation umgesetzt werden?
- Wie können wir die ethische Haltung unserer Finanzpartner*innen evaluieren?

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

Hohe Ausstattung mit Eigenmitteln bedeutet finanzielle Unabhängigkeit, bringt ökonomische Resilienz und schützt die Organisation vor unerwünschten externen Einflüssen, besonders vor vermeidbaren Finanzrisiken.



Berichtsfragen

- Wie kann eine ausreichende Risikodeckung durch Eigenmittel gesichert werden?
- Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden in Betracht gezogen?



Verpflichtende Indikatoren

- Eigenkapitalanteil
- durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

Jede Kreditaufnahme ist ein Versprechen auf eine Steigerung der Wertschöpfung, um Zinsen und Rückzahlung leisten zu können. Ergänzendes Fremdkapital sollte in erster Linie durch Formen

solidarischer Finanzierung, z.B. von Kund*innen durch Nachrangdarlehen oder von am Projekt Interessierten durch Crowdfunding, aufgebracht werden, da hier übereinstimmendes Interesse besteht. Erst danach sollten Kredite bei Ethikbanken in Betracht gezogen werden. Im Fall notwendiger Geschäftsbankkredite sind die Konditionen auf enthaltene zusätzliche Risiken zu prüfen.



Berichtsfragen

- Welche Form und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/oder über Ethikbanken können umgesetzt werden bzw. sind relevant?
- Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken konkret verringert werden?



Verpflichtende Indikatoren

- Fremdkapitalanteil (%-Anteil Fremdkapital)
- Finanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart (in Tsd. EUR)

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen

Die Sicherung des eigenen ethischen Finanzmanagements kann durch Partnerinstitute unterstützt werden, die selbst eine entsprechende Haltung verkörpern. Bei Ethik- und Nachhaltigkeitsratings heißt es genau hinsehen, was sie bewerten.



Berichtsfragen

- Welche Finanzpartner*innen hat die Organisation?
- Wie sind die Finanzpartner*innen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten?



Verpflichtende Indikatoren

- Bis zu drei wesentliche Finanzpartner*innen; jeweils Partnerinstitut, Finanzprodukt und Geschäftsumfang (Jahresvolumen)

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Ein zentrales Ziel ist das Erreichen von Fairness gegenüber allen Berührungsgruppen. Die Ausgaben der Organisation werden dabei zu „Einkommen“ der Lieferant*innen, Mitarbeitenden und der Gesellschaft. Bei der Verwendung des verbleibenden Mittelüberschusses stehen der Einsatz für das Weiterbestehen und die Weiterentwicklung der Organisation und die Bildung notwendiger Risikorücklagen im Vordergrund. Eine Ausschüttung von Kapitalertrag sollte erst nach ausreichender Zukunftsvorsorge erfolgen.



Eine GWÖ-Organisation ...

- verfügt durch die Zahlungsbereitschaft ihrer Kund*innen über ausreichende Mittel, um nach der Sicherung ausgewogener Einkommen der mitleistenden Berührungsgruppen auch die eigene Zukunftssicherung zu bestreiten.
- hat Eigentümer*innen, die der Weiterentwicklung der Organisation Vorrang vor der Realisierung eigener Kapitalerträge geben.
- hat Eigentümer*innen mit maßvollen Ansprüchen an Kapitalerträge, die in jedem Fall eine Ausschüttung auf Kosten einer Neuverschuldung vermeiden.



Einstiegsfragen

- Welchen Stellenwert nehmen die gesellschaftlich wirkenden Ausgaben als Einkommen für Berührungsgruppen und deren Sicherung für die Zukunft ein?
- Wie ist der gesamte Einnahmenbedarf definiert, und welche Chancen gibt es, diesen zu erreichen?

B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

Ziel einer solidarischen und gemeinwohlorientierten Verwendung von betrieblichen Überschüssen ist in erster Linie die Sicherung künftiger ausreichend fairer Einkommen von Berührungsgruppen in Form umfassender Investitionen und Vorsorgen.

Erst nach Deckung der Zukunftsausgaben sollen Kapitalerträge an Eigentümer*innen ausgeschüttet werden, ohne dass dafür eine Neuverschuldung eingegangen wird.



Berichtsfragen

- Welche notwendigen Zukunftsausgaben konnten ermittelt werden, und wie weit sind ihre Deckung und zusätzliche Risikovorsorge möglich?
- Welche Ansprüche stellen die Eigentümer*innen an ihre Kapitalerträge mit welcher Begründung?



Verpflichtende Indikatoren

- Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit (in Tsd. EUR)
- Gesamtbedarf Zukunftsausgaben (in Tsd. EUR)
- getätigter strategischer Aufwand (in Tsd. EUR)
- Anlagenzugänge (in Tsd. EUR)
- Zuführung zur Rücklage (in Tsd. EUR)
- auszuschüttende Kapitalerträge (in Tsd. EUR, in % vom Stamm- oder Grundkapital)

B2.2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln

Signifikante Beispiele unfaier Verteilung sind der Abbau von Arbeitsplätzen oder die Verlagerung eines ganzen Standortes trotz stabiler Gewinnlage. Das Ausschütten zweistelliger Renditen auf Kapitalanteile nicht mittätiger Gesellschafter*innen stellt ebenfalls eine unfaire Verteilung dar.



Berichtsfragen

- Aus welchem Grund wird/wurde ein Standort trotz Gewinnlage verlagert oder geschlossen?
- Aus welchem Grund werden in der Organisation trotz stabiler Gewinne Arbeitsplätze abgebaut?
- Aus welchem Grund werden zweistellige Renditen als Kapitalerträge an nicht in der Organisation tätige Gesellschafter*innen ausbezahlt?

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Die Transformation zu einer ökologisch nachhaltigen Gesellschaft verlangt die Berücksichtigung ökologischer Aspekte bei allen Investitionen, insbesondere die gezielte Umlenkung von Finanzflüssen zu ökologisch stark wirksamen Investitionen. Hier ist zum Beispiel zu bedenken, dass Standorte zu gründen oder zu halten, um dort geringere ökologische Auflagen zu nutzen, nicht einer gemeinwohlorientierten Haltung entspricht.

Ebenso können Veranlagungen direkt in sozial-ökologische Projekte oder über Finanzdienstleistungen erfolgen. Oft gehen die Wirkungen in beide Richtungen, sowohl sozial als auch ökologisch, und können daher gemeinsam betrachtet werden.



Eine GWÖ-Organisation ...

- nimmt in ihre Investitionsentscheidungen regelmäßig die Prüfung auf beständige Reduktion des ökologischen Fußabdruckes auf.
- achtet auch bei Investitionen in immaterielles Vermögen und Finanzanlagen auf mögliche sozial-ökologische Auswirkungen.
- veranlagt überschüssige Finanzmittel mit Ausnahme einer Liquiditätsreserve in sozial-ökologische Projekte.



Einstiegsfragen

- Welche Wirkung hat unser langfristig gebundenes Vermögen auf den ökologischen Fußabdruck, und welche Ansätze gibt es zur Sanierung bei Ersatzinvestitionen?
- Mit welchen ökologischen Aspekten setzen wir uns bei der unmittelbaren Gestaltung

und den Folgewirkungen von Neuanschaffungen auseinander?

- Welche sozial-ökologischen Folgewirkungen ziehen wir bei Finanzinvestitionen und Veranlagungen in Betracht?

B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen

Ziel ist es, die einseitig ertragsorientierte Entscheidungsgrundlage der Investitionsrechnung durch eine umfassende Betrachtung und Bewertung aller Veränderungen aufgrund der Investition zu ersetzen. Bei einer längeren Nutzungsdauer bleiben ökologische Wirkungen auch länger aufrecht. Daher spielt ein ökologisches Sanierungsprogramm bei bestehendem Anlagevermögen eine wichtige Rolle.



Berichtsfragen

- Welche Sanierungsziele an/in der eigenen Anlage haben ökologisches Verbesserungspotenzial?
- Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt, und welche Förderprogramme können genutzt werden?
- Wie wird bei Investitionsentscheidungen das Berücksichtigen ökologischer und sozialer Aspekte gesichert?
- Welche Sanierungen wurden/werden konkret vorgenommenen?



Verpflichtende Indikatoren

- Investitionsplan inkl. des ökologischen Sanierungsbedarfs (in Tsd. EUR)
- Realisierung der ökologischen Sanierung (in Tsd. EUR und %-Angaben)

B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung

An solidarischer Finanzierung für ein sozial-ökologisches Projekt kann sich eine Organisation beteiligen, sofern es rechtlich möglich ist, z.B. als Nachrangdarlehen, Minikredit, Crowdfunding-Projekt, über eine Stiftung oder durch direkte Förderung.

Wenn anstelle direkter Veranlagung in Projekte eine solche in Nachhaltigkeitsfonds gewählt wird, sollten die festgelegten Ausschlusskriterien, die konkreten Positivkriterien und die Formen möglicher Mitwirkung bei Investitionsentscheidungen beachtet werden. Renditeerwartungen sollten dabei völlig in den Hintergrund treten.

Beim Erwerb von Finanzanlagen, z.B. Beteiligungen, sollten vergleichbare Wirkungsnachweise und Feststellungen des Sanierungsbedarfs in die Entscheidung einbezogen werden.



Berichtsfragen

- In welchem Ausmaß beteiligt sich die Organisation an solidarischen Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?
- Woher werden Informationen über die erwarteten sozial-ökologischen Wirkungen der Projekte oder angebotenen Nachhaltigkeitsfonds bezogen?



Verpflichtende Indikatoren

- finanzierte Projekte (in Tsd. EUR; % v. Veranlagung)
- Fonds-Veranlagungen (in Tsd. EUR; % v. Veranlagung)

B3.3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Ökologische Folgen der Verwendung bedenklicher Ressourcen führen zu Aktionen des Ersatzes dieser Ressourcen und damit zum Ausstieg aus Industriezweigen oder ganzen Industrien. Die Vereinbarung von Paris zur Reduktion von CO₂-Emissionen umfasst drastische Reduktionsziele für Industriestaaten und den vollständigen Verzicht auf fossile Energieträger (Dekarbonisierung) bis 2050. Sind derartige Ressourcen für das Geschäftsmodell wesentlich, führt das Negieren des notwendigen Ausstiegs (Divestment) zur Negativbewertung. Maßnahmen zur Reduktion der Abhängigkeit werden im Verhältnis ihrer Wirksamkeit anerkannt.



Berichtsfragen

- Welche ökologisch bedenklichen Ressourcen werden für das Geschäftsmodell eingesetzt?
- Welche Maßnahmen zur Reduktion entsprechender Abhängigkeit wurden geplant oder sind in Umsetzung, und welche Wirkung wird damit erreicht?
- Was bedeutet ein Ausstieg aus fossilen Energieträgern für die Organisation?

B4 Eigentum und Mitentscheidung

Eine Organisation lebt vom gemeinsam getragenen Sinn ihrer Tätigkeit, dem daraus entwickelten gemeinsamen Zukunftsbild und guter Zusammenarbeit. Dies gelingt vor allem durch gemeinsames Entscheiden, Mitgestalten und damit Mitverantworten – am besten durch Mitunternehmerschaft. Dieses Ziel kann durch eine passende Rechtsform unterstützt werden, die die Organisation oder Übertragen von Eigentumsanteilen im Sinne echter Mitunternehmerschaft erleichtert. Die Beteiligung weiterer Berührungsgruppen kann die Gemeinschaft stärken und die weitere Entwicklung der Organisation widerstandsfähiger gestalten.



Eine GWÖ-Organisation ...

- ermöglicht die Teilnahme an Entscheidungen durch bestmögliche Transparenz über ihrer Tätigkeit und geplante Ziele.
- bereitet relevante Berührungsgruppen auf die Übernahme von Miteigentum gezielt vor.
- entwickelt als lernende Organisation gemeinsame Entscheidungsprozesse stetig weiter.



Einstiegsfragen

- Wie können wir die gelebte Gemeinschaft in unserer Organisation beschreiben?
- Welche Bedeutung hat unsere Rechtsform für das Engagement der Mitarbeitenden?
- Welche Form von Mitunternehmerschaft ist für unsere Organisation vorstellbar?

B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

Die Verteilung der Eigentumsanteile zielt darauf ab, die Eigenständigkeit und Selbstbestimmung der Organisation zu wahren, und hilft mit, unabhängig von Einzelinteressen zu bleiben. Das Interesse an der Erhaltung und Weiterentwicklung des Organisationszweckes und des gesellschaftlichen Sinns ist die Grundvoraussetzung für eine Beteiligung am Eigentum. Auf lange Sicht verfügen die internen Gruppierungen aller Mitarbeitenden zusammen stets über eine gesicherte Mehrheit an Stimmrechten.



Berichtsfragen

- Wer sind die Eigentümer*innen, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?
- Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?
- Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer*innen gesichert, und wie werden neue Eigentümer auf diese Aufgaben vorbereitet?
- Wie wird das Erweitern und Verbreitern der Eigentümer*innenstruktur gefördert?
- Wie hat sich die Eigentümer*innenstruktur in den letzten Jahren entwickelt, und wie wird die Veränderung abgesichert?



Verpflichtende Indikatoren

Verteilung des Eigenkapitals (Eigenkapitalstruktur in %, jeweils von 0 bis 100 %):

- Unternehmer*innen
- Führungskräfte
- Mitarbeitende
- Kund*innen
- Lieferant*innen
- weiteres Umfeld
- nicht mittätige Kapitalinvestor*innen

B4.2 Negativaspekt: feindliche Übernahme

Der Wachstumszwang im bestehenden Wirtschaftssystem führt bei ungenügendem Wachstum aus eigener Kraft zum Kauf von Wettbewerber*innen, zu fehlenden Marktzugängen oder zu fehlenden Technologien. Börsennotierte Organisationen sind besonders gefährdet, wenn ihre Aktien als unterbewertet gelten. Bei nicht börsennotierten Organisationen kann durch eine finanzierende Bank ein vergleichbarer Vorgang ausgelöst werden.

Feindliche Übernahmen sind Übernahmen gegen den Willen des Vorstandes, der Mehrheit der Mitarbeitenden und wesentlicher weiterer Berührungsgruppen. Eine einvernehmliche Verbindung ist hingegen kein Problem, wenn sowohl die Geschäftsführung als auch die Beschäftigten und wesentliche Berührungsgruppen beider Organisationen zustimmen.



Berichtsfragen

- Welche Begründung gibt es für eine bereits erfolgte oder geplante feindliche Übernahme?
- Wie kann die Organisation vor feindlichen Übernahmen geschützt werden?

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Gelebte Menschenwürde zeigt sich in einer mitarbeitendenorientierten Organisationskultur, die auf Respekt, Wertschätzung und Vertrauen aufbaut. Vielfalt in der Belegschaft wird als Chance gesehen und genutzt. Es wird ein gesundheitsförderndes Arbeitsumfeld geschaffen. Der Mensch steht im Mittelpunkt und wird nicht als Produktionsfaktor gesehen.

Als „Mitarbeiter“ gelten jetzt alle Personen, die von der Universität eine finanzielle Kompensation erhalten. Auch Studenten, wenn sie angestellt sind. Sinngemäß gelten aber Arbeitsqualität und Gleichstellung generell für alle Menschen, die in der Organisation arbeiten, also auch z.B. für Ehrenamtliche und Studierende, die für ihre Abschlussarbeiten an Projekten mitarbeiten.



Eine GWÖ-Organisation ...

- lebt eine respektvolle und offene Organisationskultur 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.



Einstiegsfragen

- Was bedeutet Menschenwürde im Arbeitsleben für unsere Organisation?
- Wie können wir für mehr Menschlichkeit in der Organisation sorgen?

C1.1 Mitarbeitendenorientierte Organisationskultur

Am Arbeitsplatz wird ein respektvolles, wertschätzendes und vertrauensvolles Miteinander gelebt. Der Umgang mit Fehlern ist konstruktiv. Konflikte werden als Chance gesehen und auf Augenhöhe gelöst.

Mitarbeitende und Teams erfahren ein hohes Maß an Selbstorganisation und Eigenverantwortung. Die Organisation schafft ein Umfeld, in dem sich individuelle Stärken und Talente entwickeln können. Die Mitarbeitenden finden Sinnstiftung in ihrer Arbeit.

Im Zusammenhang mit Universitäten ist hier die Bedeutung struktureller und personeller Nachwuchsförderung zu betonen. Dazu gehören beispielsweise Maßnahmen, die sicherstellen, dass dem gesamten wissenschaftlichen Personal – insbesondere aber dem wissenschaftlichen Nachwuchs – genügend Zeit und Ressourcen für ihre eigene Forschung zur Verfügung stehen. Keine Ausbeutung von Studierenden unter dem Deckmantel der Abschlussarbeit. Die Verantwortung universitärer Führungskräfte für die persönliche Förderung und fachliche Entwicklung des ihnen zugeordneten wissenschaftlichen Nachwuchses ist hier ein wesentlicher Aspekt, der institutionell verankert sein sollte. Die Beziehung zwischen studierenden Mitarbeiterinnen und Lehrenden soll gleichberechtigt sein und den Zusammenhalt der universitären Gemeinschaft fördern. Spezielle Fortbildungsmaßnahmen und Anlaufstellen im Bereich der Drittmittelfinanzierung sollen sicherstellen, dass die wissenschaftlichen

MitarbeiterInnen in Vorbereitung, Verwaltung und rechtlichen Aspekten von Drittmittelprojekten unterstützt und entlastet werden.



Berichtsfragen

- Welche Maßnahmen und Prozesse für eine mitarbeitendenorientierte Organisationskultur wurden bereits installiert?
- Wie wird mit Fehlern und Konflikten in der Organisation umgegangen?
- Wie werden Selbstorganisation und Eigenverantwortung gefördert?



Verpflichtende Indikatoren

- Fluktuationsrate
- durchschnittliche Organisationszugehörigkeit
- Anzahl an (Initiativ-)Bewerbungen
- Anzahl und Regelmäßigkeit an Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Organisationskultur
- Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro mitarbeitender Person bzw. nach Führungsebene

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz sind in der gesamten Organisation verankert und unterstützen eine gute Gesundheit der Mitarbeitenden.

Durch präventive Maßnahmen und weitere Angebote wird der Erhalt bzw. die Verbesserung und Wiederherstellung der Gesundheit der Mitarbeitenden gefördert.



Berichtsfragen

- Welche Maßnahmen wurden zur Gesundheitsförderung und zum Arbeitsschutz umgesetzt, und wie werden sie evaluiert?
- Von welchen gesundheitlichen Herausforderungen bzw. Schädigungen könnten die Mitarbeitenden betroffen sein, und welche Maßnahmen werden zu ihrem Schutz getroffen?



Verpflichtende Indikatoren

- Gesundheits-/Krankenquote (in Abhängigkeit der demografischen Verteilung), Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit zur Arbeit kommen
- Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle
- in Anspruch genommene Angebote durch die Mitarbeitenden: Inhalte und Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden

C1.3 Diversität und Chancengleichheit

Diversität des Personals wird als wertvolle Ressource verstanden, bei der die Unterschiede als Bereicherung gesehen werden. Allen Mitarbeitenden stehen gleiche Chancen und Möglichkeiten in

der Organisation zur Verfügung. Es wird angestrebt, gesellschaftliche Strukturen, die Menschen(-gruppen) benachteiligen, in der Organisation zu überwinden.



Berichtsfragen

- Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von sowie im Umgang mit Mitarbeitenden, und welche Vereinbarungen bzw. Maßnahmen gibt es bereits?
- In welchen Bereichen könnten sich (potenzielle) Mitarbeitende benachteiligt fühlen, und was wird dagegen getan?
- Welche Maßnahmen wurden bereits ergriffen, um (hierarchische) Unterschiede auszugleichen und besondere Talente zu fördern?



Verpflichtende Indikatoren

- demografische Verteilung der Mitarbeitenden in der Organisation in Hinblick auf Dimensionen der Diversität (z.B. Alter, Geschlecht, Ethnie, körperliche/psychische Einschränkungen, sexuelle Orientierung, Religion – sofern erhebbar und relevant) sowie getrennt nach Führungsebenen
- in Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit/Diversität: Inhalte und Anzahl der Stunden pro mitarbeitender Person
- gesellschaftliche Diversität des Umfelds (zumindest nach den Kerndimensionen von Diversität)
- Anzahl von Väter- bzw. Mütterkarenz in Monaten
- nach den Dimensionen aufgeschlüsselte Anzahl von Neueinstellungen/Fluktuationen

C1.4 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen stehen einer mitarbeitendenorientierten Haltung in jeder Organisation entgegen. Das Bewusstsein und die Sensibilisierung für ein unmenschliches Arbeitsumfeld sollen gefördert werden.



Berichtsfragen

- In welchen Bereichen gibt es (potenzielle) menschenunwürdige Arbeitsbedingungen, die noch nicht dem angestrebten bzw. gewünschten Standard entsprechen?
- Welche Rückmeldungen dazu gibt es im Personalrat bzw. in der Personalabteilung?
- Wie wird auf mögliches Fehlverhalten in der Organisation aufmerksam gemacht?



Verpflichtende Indikatoren

- Statement von Personalrat und/oder Personalabteilung zu diesen Fragen
- Gerichtsprozesse/Rechtsverfahren bzgl. Verletzung des Arbeitsrechts, die es im Berichtszeitraum gab
- Anzahl/Inhalt der Beschwerden vonseiten des Personalrates bzw. der AK bzw. der Gewerkschaft im Berichtszeitraum sowie Reaktion auf diese Beschwerden

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Arbeitsverträge regeln die Zusammenarbeit zwischen Organisation und Mitarbeitenden. Die Ausgestaltung und Zuweisung von Ressourcen wie Verdienst, Zeit, Sicherheit oder Balance hat einen erheblichen Einfluss auf die Leistungsbereitschaft, das Sicherheitsempfinden und das Wohlergehen der Mitarbeitenden. Die individuelle Ausgestaltung der Arbeitsverträge bei gleichzeitiger und weitgehender Selbstbestimmung der Mitarbeitenden ist erklärtes Ziel.



Eine GWÖ-Organisation ...

- verbessert die vertraglich geregelten Arbeitskonditionen fortwährend.
- ermöglicht eine hohe Individualität in der vertraglichen Ausgestaltung.
- diskutiert die Grundlagen der Arbeitskonditionen offen mit allen Mitarbeitenden.
- ermächtigt Mitarbeitende, weitreichende Entscheidungen selbst zu treffen.



Einstiegsfragen

- Wie können unsere Arbeitsverträge an individuelle Bedürfnisse angepasst und gleichzeitig solidarisch und gerecht gestaltet werden?
- Wann ist ein Verdienst bei entsprechender Leistung gerecht(-fertig)?
- Wieviel Arbeitszeit braucht es (wirklich)?
- Welchen positiven/negativen Einfluss auf das Wohlergehen unserer Mitarbeitenden hat das vertraglich geregelte Arbeitsverhältnis?

C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

Ein gerechter Verdienst der Mitarbeitenden hat einen erheblichen Einfluss auf die gelebte Kultur und Entwicklung einer Organisation. Der Verdienst soll sich möglichst transparent an Leistung, Verantwortung, Risiko, Bedarf sowie individuell von der Organisation definierten Maßstäben und Anreizstrukturen orientieren.



Berichtsfragen

- Wie wird erbrachte Leistung in der Organisation abgegolten, und wie transparent sind die zugrunde liegenden Konditionen?
- Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster „lebenswürdiger Verdienst“ zusteht?
- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen?



Verpflichtende Indikatoren

- Höchst- und Mindestverdienst (innerbetriebliche Spreizung) Medianverdienst
- standortabhängiger „lebenswürdiger Verdienst“ (für alle Standorte)

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

Arbeitszeit ist Lebenszeit. Die effiziente und effektive Inanspruchnahme der durch die Mitarbeitenden zur Verfügung gestellten Arbeitskraft ist direkter Ausdruck für einen respektvollen und wertschätzenden Umgang innerhalb der Organisation. Teilhabe am Arbeitsleben und gesellschaftliche Teilhabe werden miteinander vereinbar, wenn die Reduktion und individuelle Ausgestaltung der Arbeitszeit der einzelnen Mitarbeitenden erklärtes Ziel der Organisation ist.



Berichtsfragen

- Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt?
- Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?
- Wie können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden?
- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen?



Verpflichtende Indikatoren

- definierte Wochenarbeitszeit der Organisation (z.B. 38 Stunden)
- tatsächlich geleistete Überstunden

C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und der Work-Life-Balance

Das vertraglich geregelte Arbeitsverhältnis beeinflusst maßgeblich das Wohlergehen der Mitarbeitenden. Die individuelle Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und die Sicherheit des Arbeitsplatzes ermöglichen den Mitarbeitenden langfristige Planungssicherheit und fördern direkt die Vereinbarkeit von beruflichen und außerberuflichen Tätigkeitsfeldern der Mitarbeitenden, wie z.B. von Kindererziehung, Pflege, Vereinsaktivitäten und politischen Ämtern.



Berichtsfragen

- Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?
- Welche Maßnahmen gibt es in der Organisation, um eine Work-Life-Balance zu gewährleisten?



Verpflichtende Indikatoren

- Auflistung aller möglichen Arbeitsmodelle
- Anzahl der Führungskräfte/Mitarbeitenden mit individuellen Arbeitsmodellen (z.B. Teilzeit, Jobsharing)

C2.4 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Bei Arbeitsverträgen, die die Existenzsicherung der Mitarbeitenden gefährden oder das Risiko einseitig zulasten der Mitarbeitenden erhöhen, wie es auch bei mündlichen Verträgen der Fall ist,

muss von der Ausnutzung einer Notsituation ausgegangen werden. Es handelt sich dann um Ausbeutung durch die Organisation und Selbstausbeutung durch die Mitarbeitenden.



Berichtsfragen

- Kann für alle Mitarbeitenden ein „lebenswürdiger Verdienst“ sichergestellt werden, und falls nicht, was sind die Gründe dafür?
- Welche Rolle spielt die „investierte“ Arbeitszeit bei der Erreichung von Karriereschritten oder der Bewertung des Engagements der Mitarbeitenden?
- Welcher Verdienst ist für Hilfskräfte und Mitarbeitende in Ausbildung (z.B. Studenten*innen, Auszubildende, Praktikant*innen) gerechtfertigt?
- Welches Risiko tragen Zeitarbeitende (z.B. bei Saisonarbeit), und welche Konditionen können einen Risikoausgleich schaffen?
- Wie viel Befristung bei den Arbeitsverträgen bringt die Interessen von Organisation und Mitarbeitenden zusammen?



Verpflichtende Indikatoren

- standortabhängiger „lebenswürdiger Verdienst“
- Gewinn
- Mitarbeitendenanzahl
- Höchst- und Mindestverdienst
- Anzahl der Pauschalverträge
- Anzahl der Null-Stunden-Verträge
- Mindest- und Maximalvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden
- Anzahl aller Beschäftigten (inkl. der Zeitarbeitenden)
- Anzahl der Zeitarbeitenden
- Laufzeit von befristeten Arbeitsverträgen
- Anteil von befristeten Arbeitsverträgen
- Verlängerungspraxis von befristeten Arbeitsverträgen

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

Pionierorganisationen sind wesentliche Multiplikatoren zur Stärkung des ökologischen Bewusstseins der Mitarbeitenden. Daher kommt der Vorbildfunktion und der Anreizpolitik von Organisationen zur Förderung des ökologischen Bewusstseins und Verhaltens im beruflichen Alltag der Mitarbeitenden eine Schlüsselrolle zu.



Eine GWÖ-Organisation ...

- entwickelt ökologisches Bewusstsein und fördert ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden.

- schafft Rahmenbedingungen für die Umsetzung von Projekten, die nachhaltiges Verhalten fördern.
- trägt durch ihre Organisationskultur sowie interne Prozesse zur Umsetzung von Maßnahmen zu wesentlichen ökologischen Aspekten bei.



Einstiegsfragen

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

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

Etwa ein Drittel des durchschnittlichen ökologischen Fußabdruckes ist auf Nahrungsmittel zurückzuführen. Eine ökologische Wende braucht auch Veränderungen bei der Bewusstheit von ökologischen Zusammenhängen und Impulse für neue Ernährungsgewohnheiten.



Berichtsfragen

- Welchen Wert legt die Organisation auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz, und wie sieht das in der täglichen Praxis aus?
- Welche Angebote gibt es in der Kantine? Gibt es eine Küche/Kochmöglichkeit oder Belieferung (Catering z.B. direkt vom Bauernhof, ein Obstkorb)?



Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

Rund ein Fünftel des ökologischen Fußabdruckes ist dem Personenverkehr zuzuordnen, wovon mehr als 90 % auf Flugverkehr und Auto abfallen. Die Mobilität zum Arbeitsplatz stellt einen wesentlichen Einflussfaktor zur Reduktion der hieraus entstandenen Emissionen dar.



Berichtsfragen

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



Verpflichtende Indikatoren

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

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung

Um ökologisches Verhalten zu etablieren, braucht es Wissen, Anleitung und Übung. Ein institutionelles Konzept ist hilfreich, um eine Organisationskultur zu entwickeln und Verhaltensgewohnheiten zu ändern.



Berichtsfragen

- Wie kann die Organisationskultur hinsichtlich ökologischer Aspekte beschrieben werden?
- Welche Rolle spielen ökologische Themen in Weiterbildungsangeboten und bei der Personalrekrutierung?
- Welche Sensibilisierungsmaßnahmen finden innerhalb dieses Rahmens statt?
- Welche Strategie verfolgt die Organisation im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden (dies auch mit Blick auf die Anwendung im Privaten)?



Verpflichtende Indikatoren

- Bekanntheitsgrad der Organisationspolitik zu ökologischem Verhalten in %
- Akzeptanzgrad des ökologischen Angebots der Organisation bei Mitarbeitenden in %

C3.4 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens

Wenn in der Organisation erkennbar ist, dass umweltschädliches Verhalten geduldet bzw. sogar der Verschwendung von Ressourcen Vorschub geleistet wird, dann ist das schädigend für die Gemeinschaft.



Berichtsfragen

Welche der unten stehenden Negativaspekte treffen in der Organisation zu?

- Es gibt Geschäftsfahrzeuge der sogenannten Oberklasse (> 180g/km CO₂).
- Es gibt Geschäftsregeln, die ökologisch Schlechterwertiges anregen, obwohl Besserwertiges verfügbar ist, z.B. Fliegen statt Bahnfahren, weil billiger.
- Es gibt Konsumangebote mit zu hohem Verpackungsanteil (Kaffeekapseln, Essensverpackungen aus PET, Getränkeangebot in Einmalverpackung etc.) trotz möglicher Alternativen.
- Es gibt Verbote für die Anwendung ökologisch nachhaltiger Produkte, z.B. für Recyclingpapier.
- In der Organisation ist ein nachlässiger Umgang mit Abfällen sichtbar, z.B. keine Abfalltrennung (Hausmüll, Betriebsabfälle, Schrott ohne Trennung in Materialien etc.).

C4 Innerinstitutionelle Mitentscheidung und Transparenz

Die Organisation ist ein Ort der aktiven Teilhabe und Mitwirkung für alle Mitarbeitenden. Sämtliche Mitarbeitende können ihre Ideen, Anregungen oder Impulse einbringen und so Mitverantwortung übernehmen und zum Wohl der Organisation beitragen. Die Identifikation mit der Organisation steigt, und die Weisheit der Vielen wird genutzt.

Eine Besonderheit ist die an öffentlichen Hochschulen verankerte Selbstbestimmung und studentische Mitbestimmung. Hier wäre es sinnvoll, diese spezifische Form in ihrer jeweils besonderen Ausprägung zu beschreiben und auf die passenden Impulsfragen einzugehen: Wichtige Aspekte/Fragen sind:

- Gibt es für studierende Mitarbeiter einen besonderen Betriebs-/Personalrat oder Interessensvertreter (z.B. <http://www.tu-berlin.de/prsb>)?
- Wie erfolgt die Legitimierung der Führungskräfte? Können der Personalrat oder die Mitarbeiter direkt mitbestimmen?
- Fördern:
 - Transparente Gremien und transparente Berufungen von wissenschaftlichem Personal.
 - Veröffentlichung der Wahlordnung und Arbeitsweisen für Kollegien.
 - Arbeitskreise für Gleichbehandlungsfragen, Schiedskommission und Schlichtungskommission stärken.
 - Willensbildung nach parlamentarischem Muster und gleichberechtigte Beteiligung aller WissenschaftlerInnen (ohne Unterschied zwischen ProfessorInnen, Mittelbau und Studierenden) auf allen Entscheidungsebenen.
 - Beschickung von Ausschüssen durch demokratisch gewählte und zahlenmäßig angepasste VertreterInnen aller Betroffenen (nicht von ausgelagerten Managements).
 - Gemeinsame Kurie (Entscheidungsorgan) aller Lehrenden und Forschenden.
- Vermeiden:
 - Informelle Netzwerke und Machtzirkel und ihre Reproduktion.
 - Hierarchischem Gefälle innerhalb von Organisationseinheiten, Privilegien einzelner Gruppierungen bzw. Fach- oder Forschungsbereiche.
 - Strukturellen Barrieren, Atmosphäre des Misstrauens.



Eine GWÖ-Organisation ...

- macht alle wesentlichen und kritischen Daten für Mitarbeitende transparent, leicht einsehbar und verständlich.
- lässt die Führungskräfte durch die Mitarbeitenden legitimieren und evaluieren.
- ermöglicht den einzelnen Teams ein hohes Maß an Eigenverantwortung und Entscheidungsfreiheit.
- ermöglicht es den Mitarbeitenden, sich mit ihren Interessen, Beiträgen oder Impulsen

einzubringen und mitzuentcheiden.



Einstiegsfragen

- Wie leben wir den Wert der Transparenz und Partizipation in unserer Organisation?
- Welche bisherigen Erfahrungen haben wir damit gesammelt?
- Was sind die Ängste und Vorbehalte vor mehr Transparenz und Mitbestimmung?
- Was sind die Vorteile und Potenziale von mehr Transparenz und Mitbestimmung?

C4.1 Innerinstitutionelle Transparenz

Transparenz ist eine wesentliche Voraussetzung für Mitentscheidung. Wenn die Mitarbeitenden Zugang zu allen wesentlichen Informationen haben, können sie sich eine Meinung bilden und aktiv einbringen. Prinzipiell sollten alle Daten frei verfügbar und so aufbereitet sein, dass sie von Mitarbeitenden leicht verstanden werden können.



Berichtsfragen

- Welche Daten sind für die Mitarbeitenden in welcher Form zugänglich?
- Wie leicht/schwer können Mitarbeitende auf die Daten zugreifen? Welche physischen, intellektuellen oder sonstigen Hürden gibt es? Und warum?
- Welche kritischen oder wesentlichen Daten stehen den Mitarbeitenden nicht zu freien Verfügung? Wieso nicht?
- Was wird getan, damit auch finanzielle Daten von allen Mitarbeitenden leicht verstanden werden können?



Verpflichtende Indikatoren

- Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung in %).

C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

Mitarbeitende leben mit ihren Führungskräften im institutionellen Alltag. Sie können am besten entscheiden, inwiefern die Führungskräfte hilfreich für die Umsetzung des Zwecks der Organisation sind. Je höher die Mitbestimmung und Korrekturmöglichkeit der Mitarbeitenden ist, desto höher ist die tatsächliche Autorität der Führungskräfte und damit auch die Bereitschaft der Mitarbeitenden, sich zu engagieren.



Berichtsfragen

- Wie werden Führungskräfte ausgewählt und von wem? Werden sie von oben eingesetzt oder von unten gewählt?
- Welche Mitwirkungsmöglichkeiten haben die Teammitglieder? Warum bzw. warum nicht?
- Welche Maßnahmen folgen aus dem Feedback der Mitarbeitenden zu ihren Führungskräften?



Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/Gespräch/Mitgestaltung/Mitentscheidung

der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden

C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

Prinzipiell haben die Mitarbeitenden sowohl die Fach- als auch die Praxiskompetenz in ihrer jeweiligen Arbeitsumgebung. Auf der unmittelbaren Teamebene treffen die Mitarbeitenden möglichst eigenverantwortlich, dezentral und umfangreich ihre Entscheidungen. Auf allen anderen Ebenen gibt es über das Bottom-up-Prinzip eine Mitentscheidungsmöglichkeit. Mitentscheidung heißt auch Mitverantwortung. Das Recht auf Mitentscheidung basiert auf der Bereitschaft der Mitarbeitenden, sich aktiv zu informieren und sich entscheidungsfähig zu machen. Die Organisation schafft die Voraussetzungen dafür und unterstützt die Mitarbeitenden auf diesem Weg.



Berichtsfragen

- Bei welchen Entscheidungen können die Mitarbeitenden wie mitwirken?
- Welche bisherigen Erfahrungen gibt es mit der Partizipation der Mitarbeitenden?
- Was wird in der Organisation getan, damit mehr Mitarbeitende mehr Verantwortung und Entscheidungen übernehmen können?



Verpflichtender Indikator

- Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden (in %)

C4.4 Negativaspekt: Verhinderung des Personalrates

Ein Personalrat ist in vielen europäischen Ländern ein Gremium für die Arbeitnehmer*innen und schützt deren Interessen in der Organisation. Idealerweise befruchten einander Personalrat und Führungskräfte und arbeiten auf Augenhöhe.



Berichtsfragen

- Gibt es einen Personalrat? Wenn nicht, warum nicht?
- Welche alternativen Maßnahmen setzt die Organisation anstelle der Gründung eines Personalrates?
- Welche Unterstützungsmaßnahmen für einen Personalrat gibt es? Wie werden die Mitarbeitenden zu einer Gründung ermutigt?



Verpflichtende Indikatoren

- Personalrat: vorhanden/nicht vorhanden; seit wann?

D1 Ethische Kund*innenbeziehungen

Menschen mit ihren Bedürfnissen und Wünschen stehen im Vordergrund, nicht deren Potenzial als Umsatzträger*innen. Ziel ist die optimale Erfüllung des wirklichen Nutzens für Menschen. Dies reicht von der menschenorientierten Produktentwicklung über die offenen- Kommunikation auf Augenhöhe bis hin zur Barrierefreiheit bei sämtlichen Kontaktpunkten mit Kund*innen. Ethische Kund*innenbeziehungen umfassen auch den Verzicht auf Umsatz oder Gewinn, wenn es im Interesse der Kund*innen ist.

An Hochschulen von Kundenbeziehung zu sprechen ist nur bedingt gültig, weil sich der Status von Studierenden und Forschenden begrifflich zwischen Konsument, Mitarbeiter, Mitgestalter und Kunde befindet. Die Studierenden sind keine Kunden im herkömmlichen Sinn, weil es kein direktes Tauschgeschäft „Geld gegen Ware“ gibt. Auch wenn Studiengebühren eingehoben werden sind sie Begünstigte von Steuergeldern, über die die die Hochschulen finanziert werden. Studierende sind aber auch nicht nur passive Käufer, WissensempfängerInnen oder Reproduktoren, sondern Mitwirkende, Partner und Bedarfsträger. Sie müssen mehr aktiv als rezeptiv sein, benötigen aber unbedingt Infrastruktur und Angebot der Hochschulen. Sowohl das Lernen wie das Absolvieren von Prüfungen passen nicht in den „Kundenbegriff“.

Hochschulen bieten auch kein „Produkt“ im traditionellen Sinn an, das einfach gekauft werden kann. Das Ausbildungs- und Forschungsangebot sowie die Möglichkeit, mittels Prüfungen einen akademischen Titel oder eine Berufsausbildung zu erhalten, sind nicht ein Produkt/Dienstleistung im herkömmlich-ökonomischen Sinn, weil sie nicht durch einen Kaufvertrag geregelt sind, sondern durch eine (mehr oder weniger explizite) Vereinbarung zur Zusammenarbeit. Wenn man als „Produkte“ der Hochschulen Wissen und Bildungsabschlüsse annimmt, ist im Verhältnis zu Wirtschaftsbetrieben die gemeinsame „Produktentwicklung“ extrem wichtig.

Im Zuge von Forschungsprojekten sind die Fachhochschulen, Betriebe u.ä. als Arbeitgeber der AbsolventInnen ebenso wenig „Konsumenten“ des „Produkts“: „Ausgebildete/r“, sondern Interessenten / Bedarfsträger des Wissens der AbsolventInnen.

Auftraggeber von „angewandter Forschung“ sind Kunden. Aber nur für die Ergebnisse, nicht für die Forschung selber oder die Ausbildung.

Wichtige Aspekte sind:

a) Studierendenzentriertes Studium. D. h.: Interessen und Bedürfnisse der Studierenden in den Mittelpunkt der Lehre und Administration stellen. Weg vom „Teaching Centered Learning“. Förderung von: Mitbestimmung bezüglich des Hochschulalltags, der Lehre und der Studienstruktur.

- Learning Outcomes vorab formulieren (Kenntnisse nach einer Lehrveranstaltung).

- Problemlösungsorientierter Erkenntnisgewinn (z. B. keine Multiple/Single Choice Tests) und Aspekte wie Mitarbeit oder das wissenschaftliche Arbeiten werden in die Beurteilung miteinbezogen.
- Aktive Teilnahme der Studierenden an der Gestaltung der Lehrveranstaltung: Reflexion über Aufbau, Lehrmethode, Verknüpfung mit aktueller Forschung. Zeitmittige Evaluierung und eventuelle Korrektur. Mitbestimmung über Prüfungsmodalitäten.
- Beurteilung der Lernenden nachvollziehbar machen, d.h. klare Kriterien im Vorfeld kommunizieren und anhand der Vorgaben bewerten, konstruktive Kritik anbringen (Feedback statt numerischen Noten) und die jeweiligen individuellen Voraussetzungen der Studierenden soweit wie möglich berücksichtigen (z. B. Lerntempo, Vorwissen).
- Gendergerechte Didaktik und Integration explizit genderbezogener Lehrveranstaltungen zusätzlich zu den Fächern im Regelstudienplan. Vermeidung von Geschlechtersegregation nach Fächern.
- Anonymität und Konkurrenzdenken unter den Studierenden entgegen wirken.

b) **Hohe Verwendung der Mittel für „Lehre und Forschung“**, d.h. für diesen Bereich werden überdurchschnittlich große finanzielle Mittel verwendet, z.B. für:

- Orientierung und Einführung der StudienwerberInnen und -anfängerInnen in Studienwesen (Studienarten, wiss. Arbeiten).
- Verringerung der Zahl der StudienabbrecherInnen und Vermeidung von Studienzeitverlängerungen.
- Vereinfachung des Wechsels zwischen Studientypen.
- Frauengleichbehandlung und ein gendergerechter Haushalt, der die tatsächliche Gleichstellung der Geschlechter fördert und erreicht, haben Vorbildfunktion. Mind. 50%iger Frauenanteil in allen Gremien. Frauenförderung (z.B. Frauenausschüsse), Auswirkung der Studienpläne sowie Arbeitszeiten und -ausmaß auf Frauen und Familienarbeit prüfen.
- Inhaltliche und didaktische Zufriedenheit der Studierenden. Förderung kritischen Bewusstseins, interdisziplinären Lernens, Selbstständigkeit und Eigeninitiative. Aktive Partizipation, kritisches Denken, Neugier und Experimentierfreudigkeit, Verstehen von Zusammenhängen.
- Verbesserung des Platzangebots.
- Flexible Studiengestaltung (Anwesenheitspflicht, E-Learning-Angebote, Fernstudien).
- Praxisbezug.
- Absicherung von Auslandsaufenthalten (finanziell und sozialrechtlich), institutionelle Unterstützung bei der Rückkehr oder wenn keine Auslandsaufenthalte absolviert werden.
- Einbindung der DoktorandInnen in Forschungsprojekte. Heranbildung von besonders qualifizierten Doktoranden und Postgraduierten. Stipendien für ForschungsstipendiatInnen, u.ä.
- Qualitätssicherung und -verbesserung des Service und der persönlichen Betreuung für die Studierenden.
- Für Lehre: Aufwertung der Lehre im Wissenschaftsbetrieb. Teamteaching, Methodenvielfalt.
- Für Forschung: Publikations- und Zitierungsdruck abschwächen, unsichere Outputs ermöglichen. Randthemen, inter- und transdisziplinäre Forschung.

c) wissenschaftliche Unabhängigkeit auch von Drittmittelgebern

Neben den Studierenden als Kunden treten auch häufig Drittmittelgeber auf oder Organisationen, die ein bestimmtes Forschungsinteresse haben und einzelne Professoren/Institute mit Forschungsvorhaben beauftragen und dafür bezahlen.

Hier ist ethisches Verkaufen auch sehr stark davon abhängig, wie mit diesen Forschungsergebnissen umgegangen wird.

- Die Forschungsergebnisse dürfen nicht in exklusiver Weise vom Drittmittelgeber vereinnahmt werden. Das Ergebnis wird transparent und fair geteilt.
- Die Universität kann frei publizieren. Unangenehme Ergebnisse dürfen nicht zurückgehalten werden. Der Drittmittelgeber hat kein Vetorecht bei der Veröffentlichung.
- Eigentum oder Lizenzrechte an Forschungsergebnissen werden nur eingeräumt, wenn der Drittmittelgeber ein angemessenes Entgelt zahlt. Oder beide Partner die Rechte erhalten.



Eine GWÖ-Organisation ...

- achtet auf eine Kund*innenbeziehung auf Augenhöhe sowie Transparenz und Ehrlichkeit, um Wohlergehen und Bedürfniserfüllung partnerschaftlich zu ermöglichen.
- gestaltet die Produkte und Dienstleistungen sowie die Kommunikation bewusst barrierefrei – von der Nutz- und Bedienbarkeit des Produktes bzw. der Dienstleistung über den Zugang zu Informationen bis zum Ort des Verkaufs.
- verzichtet auf unlautere Werbung, die durch Beschönigen, Verschleiern und Verkaufsdruck illegitime Marktvorteile bewirkt.



Einstiegsfragen

- Was sind unsere Werte und Prinzipien gegenüber Kund*innen, und wie setzen wir diese in der Organisation um – von der Produktentwicklung über die Kund*innengewinnung bis zur Kund*innenpflege?
- Welche Hürden und Zugangsbarrieren erfahren unsere Kund*innen im Kauf- und Nutzungsprozess?

D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen

Informationen über die Organisation und deren Produkte/Dienstleistungen sind auf die Bedürfnisse der Kund*innen ausgerichtet, authentisch, umfassend und ehrlich. Der Umgang mit Reklamationen ist pragmatisch und lösungsorientiert, die Rückmeldungen fließen in die Verbesserung der Produkte, Dienstleistungen und organisationsinternen Abläufe ein.

Ein wertschätzender und zurückhaltender Kund*innenkontakt sowie eine hohe Qualität der Produkte und Dienstleistungen führen zu Weiterempfehlungen der Kund*innen.



Berichtsfragen

- Wie werden neue Kund*innen gewonnen und wie Stammkund*innen betreut?
- Wie stellt die Organisation sicher, dass der Kund*innennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?

- In welcher Form werden ethische Aspekte bei der Werbung und im Verkaufsprozess berücksichtigt?
- Wie wird auf Kund*innenwünsche und Reklamationen eingegangen und ein pragmatisches Vorgehen gesichert?



Verpflichtende Indikatoren

- Übersicht Budgets für Marketing, Verkauf, Werbung: Ausgaben für Maßnahmen bzw. Kampagnen
- Art der Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden: fixe und umsatzabhängige Bestandteile in %
- interne Umsatzvorgaben vonseiten der Organisation: ja/nein?

D1.2 Barrierefreiheit

Barrierefreiheit betrifft die Nutz- und Bedienbarkeit des Produktes bzw. der Dienstleistung, den Zugang zu Informationen und den Ort und Vorgang des Kaufs.

Physische, visuelle, technische, sprachlich-kulturelle, intellektuelle und finanzielle Hürden sind so gut wie möglich zu beseitigen.

Folgende Aspekte und Fragen können die Beschreibung/Umsetzung dieses Themas für Hochschulen genauer durchleuchten:

- Diversitygerechtigkeit: Chancengleichheit für alle Studierende unabhängig von Herkunft (Migranten, ausländ. Studierende), sozialem Hintergrund (benachteiligte Schichten), Geschlecht, Sexualität und Alter. Soziale Durchmischung soll Thema sein beim Inhalt der Lehrveranstaltung und bei der didaktischen Gestaltung.
- Förderung von Studierenden mit besonderen Bedürfnissen: Weiterentwicklung der Barrierefreiheit (DolmetscherInnen für Gebärdensprache, Begleitpersonen für Menschen mit Behinderung, barrierefreie E-Learning-Plattformen etc.)
- Angebote für andere „nichttraditionelle“ StudienbewerberInnen. (z.B.: Block- und Abendlehrveranstaltungen für Berufstätige).
- Förderung von JungwissenschaftlerInnen.
- Institutionell begleitete Alternativen zu postgradualen Praktika für BerufseinsteigerInnen.
- Maßnahmen zur Kostenminimierung für Bücher/Skripte (Lehrbuchsammlungen, Digitalisierung) und Mensa.
- Ausbau der psychologischen Studienberatung.
- Angebote für Studierende mit Behinderung und Beeinträchtigungen (Sehbeeinträchtigte, Gehörlose, nicht-sichtbare Krankheiten).
- Verbesserung der Vereinbarkeit von Kinderbetreuungspflichten bzw. Berufstätigkeit und wissenschaftlicher Karriere (Ausbau der Kinderbetreuungseinrichtungen, Kinder im Hörsaal)



Berichtsfragen

- Welche Hürden betreffen den Kauf und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen?

- Welche benachteiligten Kund*innengruppen werden als Zielgruppe berücksichtigt?
- Wie wird benachteiligten Kund*innen der Zugang und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen erleichtert?
- Wie wird sichergestellt, dass kleinere und gemeinwohlangagierte Organisationen mindestens gleichwertige Konditionen und Services wie Großabnehmer*innen erhalten?



Verpflichtende Indikatoren

- Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innengruppen gekauft wird

D1.3 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen

Es gibt Werbemaßnahmen mit Praktiken, die schwierig mit einer ethischen Kund*innenbeziehung in Einklang zu bringen sind.



Berichtsfragen

- Welche konkreten Werbe- oder Verkaufsmaßnahmen sind kritisch oder könnten unethisch sein? Warum? Und was wären ethische Alternativen?
- Welche Werbemaßnahmen gehen über eine informative Homepage, neutrale Produktinformationen, Nutzungshinweise oder Wissensvermittlung hinaus?



Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der Werbeausgaben, die auf ethische und unethische Kampagnen entfallen

D2 Kooperation und Solidarität mit anderen Organisationen

Kooperation und Solidarität mit anderen Universitäten basiert auf einer wertschätzenden Grundhaltung sowie einem Verhalten auf Augenhöhe gegenüber anderen Organisationen. Wettbewerb wird als sportliche Herausforderung in transparenter, respektvoller Weise und nicht als feindliche Verdrängung betrachtet und gelebt.

Konkrete Beispiele für die Solidarität mit anderen konkurrierenden Universitäten können sein:

- Aktive Weitergabe von Know-How und Forschungsergebnissen.
- Zusammenarbeit mit Partner-Universitäten.
- Austauschprogramme.
- Forschungsk Kooperationen.
- Harmonisierung von Curricula.
- Wissenschaftliche Konferenzen.
- Dozentenmobilität erleichtern: (Kurz)Lehraufenthalt an einer anderen Universität zur Erweiterung des Lehrangebots und zum Erfahrungsaustausch bzgl. pädagogischer Methoden.
- Austausch von Hochschulen zwischen Leiter der Infrastrukturen (z.B. IT, Qualitätssicherung, BibliotheksleiterInnen).

- Kooperatives Marketing.
- Gemeinsame Nutzung von Laboren u.ä.
- Zurverfügungstellen von Räumen an andere regionale Institutionen.



Eine GWÖ-Organisation ...

- sieht andere Organisationen als Ergänzung am Markt.
- arbeitet gemeinsam mit anderen Organisationen an Lösungen und Angeboten, die die Bedürfnisse der Kund*innen erkennen und bedienen.
- bietet anderen Organisationen uneigennützig Unterstützung in Notsituationen an.



Einstiegsfrage

- Was zeichnet eine kooperative und solidarische Haltung gegenüber anderen Organisationen für uns aus?

D2.1 Kooperation mit anderen Organisationen

Kooperation mit anderen Organisationen zeigt sich in einer freundschaftlichen, kooperativen Grundhaltung auf Augenhöhe gegenüber Organisationen der gleichen Branche und darüber hinaus. Kooperierende Universitäten beschäftigen sich mit einer gemeinsamen Zielsetzung und -erreichung, um eine Win-Win-Situation für alle Beteiligten zu fördern.

Organisationen arbeiten gemeinsam an Lösungen und Angeboten, die die Bedürfnisse der Kund*innen erkennen und bedienen, sodass alle Beteiligten erfolgreich sein können.

Die Autonomie der Hochschule ist sehr wichtig. Die Frage nach der Autonomie zieht sich durch viele andere Themen, sozusagen als Grundlage für Entscheidungen. Es geht darum, dort, wo man Autonomie hat, diese zu nützen und auszubauen und dort, wo man sie eigentlich nicht hat, sie einzufordern oder zu versuchen, die strenge Abhängigkeit aufzuweichen.

Gleichzeitig geht es darum, hier auch mit anderen Hochschulen in Kooperation zu gehen, damit die sozialen und ökologischen Standards erhöht werden (positives Lobbying). Wenn das nur beschränkt möglich ist, dass ist es sinnvoll mit eigenem guten Beispiel voranzugehen.

Erster Schritt ist, herauszufinden, wie hoch ist die eigene Autonomie gegenüber dem jeweiligen Ministerium ist:

- Welche Rollen spielen die Ministerien gegenüber den Hochschulkonferenzen: (z.B. Deutsche Hochschulkonferenz, Österreichische Universitätenkonferenz, Österreichische Privatuniversitäten Konferenz, Fachhochschulkonferenz, Schweizerische Konferenz der kantonalen Erziehungsdirektoren (EDK))?²
- Kann man in Leistungsvereinbarung zw. Rektoraten und Ministerium etwas bewirken oder hat man es zumindest versucht.³
- Wieweit setzt man sich dafür ein, mehr Autonomie zu erhalten, auch wenn sie per Gesetz nicht vorgesehen ist. Was wurde verhandelt?
- Wieweit akzeptiert man die Gegebenheiten als nicht anfechtbar, wie weit / wie leicht geben z.B. die Rektorate den Wünschen des Ministeriums nach?

- Wenn kein Mitspracherecht in Finanzfragen besteht, weil die Fachhochschule z.B. an Banken gebunden ist, hat man trotzdem versucht, Vorschläge zu machen, dass regionale, soziale und ökologische Aspekte bzw. höherwertige Alternativen berücksichtigt werden.



▪ **Berichtsfragen**

- Mit welchen Organisationen/Universitäten wird bereits kooperiert, und welche Ziele werden dabei verfolgt?
- Mit welchen Organisationen/Universitäten werden in Zukunft in welchen Bereichen Kooperationen angestrebt?
- In welchen Bereichen werden Wissen und Informationen mit anderen Organisationen/Universitäten geteilt?
- Welche Maßnahmen zur Erhöhung der Branchenstandards wurden/werden umgesetzt bzw. sind in Planung?



▪ **Verpflichtende Indikatoren**

- Wie hoch ist der investierte Zeit- und/oder Ressourcenaufwand für Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen der Organisation (in Stunden pro Jahr bzw. als %-Anteil)?
- Wie viel Prozent von Zeit/Umsatz werden durch Kooperationen mit folgenden Organisationen/Universitäten aufgewendet/erzielt:
 - Organisationen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional)
 - Organisationen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen
 - Organisationen der gleichen Branche in der gleichen Region, aber mit anderer Zielgruppe
- In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich die Organisationen (Anzahl: x/3)?
 - Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards
 - aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying)
 - Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards

² www.hrk.de, www.uniko.ac.at, www.privatuniversitaeten.at, www.fhk.ac.at, www.educa.ch

³Ö: Universitätsgesetz 2002 (UG 2002, BGBl. I 120/2002): Alle drei Jahre verhandeln Rektorate und Ministerium das Budget und die damit zu erbringenden Leistungen. Der zur Hälfte vom Wissenschaftsminister beschickte Universitätsrat muss Leistungsvereinbarung (und anderen wichtigen Entscheidungen wie Rektorwahl) zustimmen. Aus: „Forum Hochschule“ der ÖH Wien, 2013

D2.2 Solidarität mit anderen Organisationen

Solidarität mit anderen Organisationen/Universitäten zeigt sich im Zusammenhalt und in wechselseitiger uneigennütziger Unterstützung in schwierigen Situationen oder bei Engpässen. Dieses Zusammenhalten kann durch die Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen, finanziellen Mitteln und Technologie gelebt werden. Es werden keine Gegenleistungen erwartet. Die Hilfe zur Selbsthilfe steht im Vordergrund, ohne zu viel Eigenverantwortung abzunehmen.



Berichtsfrage

- In welchen Bereichen verhält sich die Organisation solidarisch gegenüber anderen Organisationen und hilft uneigennützig?



Verpflichtende Indikatoren

Wie viele Arbeitskräfte bzw. Mitarbeitendenstunden wurden an Organisationen ...

- anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Organisationen zu unterstützen?
- der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Organisationen zu unterstützen?

Wie viele Aufträge wurden an andere Organisationen/Universitäten ...

- anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Organisationen zu unterstützen?
- der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Organisationen zu unterstützen?

(%-Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge)

Wie hoch ist die Summe an Finanzmitteln, die an Organisationen ...

- anderer Branchen weitergegeben wurden, um kurzfristig die Organisationen zu unterstützen?
- der gleichen Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Organisationen zu unterstützen?

(Summe, %-Anteil vom Umsatz/Gewinn)

D2.3 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber anderen Organisationen

Es wird eine Grundhaltung verfolgt, die ein schädigendes Verhalten gegenüber anderen Organisationen/Universitäten zeigt. Im Vordergrund stehen dabei das bessere Darstellen der eigenen Organisation und der Versuch, den anderen Organisationen Nachteile, Blockaden und Verluste zukommen zu lassen. Ziele und Erfolge schließen einander gegenseitig aus. Der eigene Erfolg geht auf Kosten anderer Organisationen bzw. der Kund*innen (Win-Lose-Situationen).



Berichtsfragen

- In welchen Bereichen könnte die Organisation andere Organisationen stören, blockieren oder schädigen?
- Welche Rolle spielt es, Marktanteile zu erobern, und wie wird mit dem Ziel der Marktführerschaft umgegangen?



Verpflichtende Indikatoren

- Findet ein wertender Vergleich (besser/schlechter bzw. im USP) mit der Leistung und den Angeboten von anderen Organisationen in der Kommunikation statt?
- Wird zumindest bei einem Produkt bzw. einer Dienstleistung eine Dumpingpreisstrategie verfolgt?
- Werden geheime/verdeckte Preisabsprachen mit anderen Organisationen getroffen?
- Ist die Maximierung der Marktanteile auf Kosten von anderen Organisationen, Kund*innen oder Produzent*innen in der Organisationsstrategie verankert?
- Werden für eigene Produktideen zahlreiche Patente erwirkt, die selbst nicht weiterverfolgt oder genutzt werden und die andere Organisationen bei der Weiterentwicklung/Forschung/Innovation blockieren könnten bzw. sollen?

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Die Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen zieht oft negative ökologische Wirkungen nach sich, welche jedoch so weit wie möglich reduziert werden sollten. Konkret geht es um jene Auswirkungen, die bei Kund*innen und Konsument*innen durch Nutzung (Energieverbrauch, Emissionen etc.) bis hin zum Recycling oder der endgültigen Entsorgung entstehen.



Eine GWÖ-Organisation ...

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



Einstiegsfragen

- Wie nutzen und entsorgen unsere Kund*innen unsere Produkte und Dienstleistungen (Zweck, Häufigkeit, Dauer, Art und Weise)?
- Welche ökologischen Auswirkungen werden durch unsere Produkte und Dienstleistungen bei der Nutzung und Entsorgung hervorgerufen?
- Welche vergleichbaren Alternativen zu unseren Produkten und Dienstleistungen gibt es, und wie stellen sich deren ökologische Auswirkungen dar?

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

Die Nutzung sollte so konsistent bzw. effizient wie möglich sein.

Konsistent bedeutet, dass sich das Produkt in natürliche Kreisläufe einfügt und durch die Nutzung und Entsorgung keine oder kaum ökologische Auswirkungen erzeugt werden.

Effizient bedeutet bezogen auf ökologische Auswirkungen, dass das Produkt ein möglichst gutes Verhältnis von Nutzen- bzw. Bedürfnisbefriedigung zu negativen ökologischen Auswirkungen hat.



Berichtsfragen

- Inwieweit sind der Organisation die ökologischen Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen bekannt?
- Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen?
- Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert?
- Wie wird die Reduzierung ökologischer Auswirkungen hinsichtlich Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen im Geschäftsmodell berücksichtigt?

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

Neben der effizienteren Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen ist vor allem eine maßvolle (suffiziente) Gesamtnutzung notwendig, da letztlich nur dies zu einer gesamtgesellschaftlichen Reduktion der ökologischen Auswirkungen führt.

Die Reduzierung der Gesamtnutzung erfordert von Organisationen ein stärkeres Umdenken als die Effizienz- und Konsistenzbedingungen. Sie widerspricht aus wirtschaftlicher Perspektive der aktuell vorherrschenden Wachstumsprämisse; gleichzeitig sollte Kund*innen und Konsument*innen die „verantwortungsvolle Freiheit“ zugestanden werden, selbst zu entscheiden, welchen Anteil der ihnen theoretisch zustehenden ökologischen Auswirkungen sie z.B. in Ernährung, Mobilität oder Wohnen investieren möchten.

Geschäftsmodelle, die auf einer Reduzierung des Konsums von materiellen Gütern aufbauen und Immateriellem einen höheren Stellenwert zukommen lassen, unterstützen einen suffizienten Gesamtnutzen.



Berichtsfragen

- Inwieweit ist Suffizienz bzw. eine maßvolle Nutzung im Geschäftsmodell verankert?
- Inwieweit findet in der Organisation eine Auseinandersetzung mit Suffizienz bzw. maßvoller Nutzung der Produkte und Dienstleistungen statt?
- Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine

suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?

- Welche Produkte und Dienstleistungen zielen auf eine maßvolle Nutzung ab bzw. unterstützen diese?
- Inwieweit zielt die Kommunikation der Organisation mit Kund*innen und Konsument*innen auf die Förderung von maßvoller Nutzung ab?

D3.3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

Es werden Handlungen bewertet, die analog zu den beiden Positivaspekten unverhältnismäßig hohe ökologische Auswirkungen mit sich bringen. In Anlehnung an das Konzept der planetaren Belastungsgrenzen bedeutet das eine Überschreitung dieser Grenzen.



Berichtsfragen

- In welchen Bereichen wird eine übermäßige Nutzung über Preisgestaltung, Anreizsysteme, geplante Obsoleszenz etc. gefördert bzw. bewusst in Kauf genommen?
- Bei welchen Produkten und Dienstleistungen können mit einer oder wenigen Nutzung(en) durch jeden Menschen oder durch gleichbleibendes bzw. steigendes Nutzungsniveau die globalen Belastungsgrenzen überschritten werden?

D4 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz

Die Mitwirkung von Kund*innen kann Hinweise auf öko-soziale und nachhaltige Produktverbesserungen, Produkt- und Service-Innovationen sowie die künftige Entwicklung des Absatzmarktes geben. Kund*innen können ihre Erfahrungen der Organisation direkt mitteilen oder untereinander teilen, wodurch der Einfluss der Kund*innen steigt.

Transparente Informationen über die Inhaltsstoffe und Preisbestandteile machen die (Höher-) Wertigkeit deutlich und ermöglichen fundierte Kaufentscheidungen der Konsument*innen und die Meinungsbildung der interessierten Öffentlichkeit.



Eine GWÖ-Organisation ...

- fördert den direkten Kontakt zu ihren Kund*innen und bindet sie bei der Produktentwicklung mit ein.
- nutzt den Dialog mit Kund*innen, um Produkte und Dienstleistungen nachhaltiger zu machen und einen suffizienten Gebrauch zu unterstützen.
- schafft umfassende Produkttransparenz und Rückverfolgbarkeit in der Zulieferkette.



Einstiegsfragen

- Welche Mitsprachemöglichkeiten oder Mitentscheidungsrechte geben wir unseren Kund*innen?
- Wie beziehen wir Kund*innen bei der Produktentwicklung und Marktforschung ein?
- Wie transparent sind die Inhalts- und Gefahrenstoffe unserer Produkte sowie die Preisbestandteile?

D4.1 Kund*innenmitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung

Mitwirkung gibt den Kund*innen eine Stimme und erfordert eine ungefilterte Kommunikation bis zur Universitätsleitung. Die gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung greift Ideen und Wünsche von Kund*innen auf, um bestehende Produkte zu verbessern, neue Produkte zu entwickeln oder deren Verbreitung unter den Kund*innen zu ermöglichen. Produkte, die den Kriterien der Nachhaltigkeit gut entsprechen, sollten besonders beachtet werden. Marktforschung dient der Optimierung von Kund*innenbedürfnissen und der Befähigung von Kund*innen zu Entscheidungen in ihrem Interesse.



Berichtsfragen

- Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kund*innen eingeräumt, und wie wird darüber kommuniziert?
- Werden Produkte und Dienstleistungen mit einer höheren Nachhaltigkeitswirkung gemeinsam mit Kund*innen entwickelt?
- Mit welchem Ziel wird Marktforschung eingesetzt?



Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen, die mit der Beteiligung von Kund*innen entstanden sind
- Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund*innen entstanden sind

D4.2 Produkttransparenz

Mit der Produkttransparenz wird die öko-soziale (Höher-)Wertigkeit der Produkte und Dienstleistungen erkennbar und die Nachhaltigkeit in der Wertschöpfungskette nachvollziehbar. Dies dient der fairen Preisbildung und der Diskussion mit den Partner*innen in der Wertschöpfungskette, einschließlich der interessierten Öffentlichkeit.



Berichtsfragen

- Wie öffentlich und transparent sind Produktinformationen?
- Inwieweit werden alle Inhaltsstoffe und ökologisch relevanten Informationen ausgewiesen?
- Welche Informationen zur Preisfindung entlang der Wertschöpfungskette werden

ausgewiesen?

- Was ist über den Umfang der sozioökologischen Belastungen, die durch die Produkte und Dienstleistungen entstehen und die nicht in den Preisen enthalten sind, bekannt (sog. Externalisierung)?



Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes)
- Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes)
- Ausmaß der externalisierten Kosten von Produkten und Dienstleistungen

D4.3 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Produkte können Stoffe enthalten, die zu Schäden bei der Gesundheit der Kund*innen oder bei der Umwelt führen können. Es kann auch beim bestimmungsgemäßen Gebrauch der Produkte zu schädlichen Nebenwirkungen kommen. Diese Stoffe und die Gebrauchsnebenwirkungen führen zu Risiken, über die informiert werden muss.



Berichtsfragen

- Enthalten die Produkte Schadstoffe für Kund*innen oder die Umwelt?
- Gibt es schädliche Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte?



Verpflichtender Indikator

- Anteil der Produkte mit Gefahrenstoffen oder Gebrauchsrisiken, die nicht transparent öffentlich deklariert werden (in % des Umsatzes)

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Sinn und Zweck einer Gemeinwohl-Organisation ist es, ausschließlich Produkte und Dienstleistungen zu erzeugen bzw. anzubieten, die einen aktiven Beitrag zum Gemeinwohl leisten. Das bedeutet, sie sind für ein physisch und psychisch gesundes sowie einfaches (suffizientes) Leben nötig und werden sozial verträglich und ökologisch so schonend wie möglich erzeugt. Darüber hinaus bieten Gemeinwohl-Organisationen Lösungen für die größten Herausforderungen der Menschheit, z.B. Armutsbekämpfung, hochwertige Ernährung für alle Menschen, Bildung, Gesundheit und die Lösung sozialer Missstände.



Eine GWÖ-Organisation ...

- leistet mit ihrem Angebot einen Beitrag für das gute Leben aller und deckt den Grundbedarf möglichst vieler Menschen – auch den benachteiligter, unterer sozialer Gruppen.
- fördert mit ihren Produkten und Dienstleistungen die Gesundheit bzw. die persönliche Entwicklung der Menschen und der Gemeinschaft.
- verzichtet auf Produkte und Dienstleistungen mit sozialen, ökologischen und gesundheitlichen Risiken.



Einstiegsfragen

- In welcher Form dienen unsere Produkte und Dienstleistungen dem Grundbedarf, dem persönlichen Wachstum der Menschen, der Stärkung der Gemeinschaft oder der Regeneration der Erde?
- Welche gesellschaftlichen (Aus-)Wirkungen entstehen durch die Herstellung und Nutzung unserer Produkte und Dienstleistungen?

E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben

Viele Produkte und Dienstleistungen in der westlichen Welt sind kurzlebiger Luxus und bieten meist geringfügigen Basisnutzen für Kund*innen. Die reine Konsumorientierung steht im Widerspruch zu den ökologischen Ressourcen auf unserem Planeten. Darüber hinaus gefährdet das einseitig wachsende Konsumniveau den sozialen Zusammenhalt der menschlichen Gemeinschaft.



Berichtsfragen

- Welche der neun Grundbedürfnisse (siehe unten) erfüllen die Produkte und Dienstleistungen der Organisation?

- Welche der Produkte und Dienstleistungen sind Luxusprodukte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenverbrauchende Produkte und Dienstleistungen des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können?
- In welcher Form dienen die Produkte und Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?
- Welche gesellschaftlichen bzw. ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch die Produkte und Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert?



Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes:

- erfüllte Bedürfnisse:
 - Grundbedürfnisse (... %)
 - Statussymbole bzw. Luxus (... %)
- dient der Entwicklung ...
 - der Menschen (... %)
 - der Erde/Biosphäre (... %)
- löst soziale oder ökologische Probleme laut UN-Entwicklungszielen (... %)
- Nutzen der Produkte/Dienstleistungen:
 - Mehrfachnutzen bzw. einfacher Nutzen (... %)
 - hemmender bzw. Pseudo-Nutzen (... %)
 - Negativnutzen (... %)

Bei der Bewertung sind die Produkte und Dienstleistungen der Organisation danach einzustufen, ob diese Grundbedürfnisse für das einfache und gute Leben erfüllen oder entbehrlicher Luxus sind.

Folgende neun Bedürfnisse laut M. Max-Neef und M. Rosenberg sind als menschliche Grundbedürfnisse zu verstehen:

1. Lebenserhaltung/Gesundheit/Wohlbefinden
2. Schutz/Sicherheit
3. Zuneigung/Liebe
4. Verstehen/Einfühlung
5. Teilnehmen/Geborgenheit
6. Muße/Erholung
7. kreatives Schaffen
8. Identität/Sinn
9. Freiheit/Autonomie

E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Gemeinwohl-Organisationen bewirken zusätzlich zum Kund*innennutzen mit ihrem Angebot und ihren Aktivitäten einen soziokulturellen Wandel zur Lösung der größten Herausforderungen der

Menschheit, z.B. Armutsbekämpfung, hochwertige Ernährung für alle, Bildung, Gendergerechtigkeit, Gesundheit und die Lösung sozialer oder ökologischer Missstände. Hier geht es vor allem um die Wirkung in der Berührungsgruppe, die über die eigenen Kund*innen hinausgeht.



Berichtsfragen

- In welcher Form helfen die Produkte und Dienstleistungen, die Gemeinschaft im Privat- und Berufsleben zu stärken?
- Welche Interessensgruppen werden durch Aktivitäten außerhalb der Organisation erreicht? Durch welche Maßnahmen?
- Was bewirken die Maßnahmen konkret – vom Wissen über Einstellungsänderung über eine Änderung der Verhaltensmotive bis hin zu Lebensstiländerungen?



Verpflichtende Indikatoren

- Art und Anzahl der Aktivitäten/Maßnahmen pro Jahr
- Anzahl der erreichten Menschen, z.B. Leser*innen, Besucher*innen

E1.3 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Wir bezeichnen Produkte und Dienstleistungen als menschenunwürdig, wenn sie negative Auswirkungen haben auf ...

- das Leben
- die Gesundheit von Lebewesen, sowohl physisch als auch psychisch
- die Freiheit der Menschen
- die Natur



Berichtsfragen

- Welche direkten und indirekten negativen Auswirkungen haben die Produkte und Dienstleistungen auf das Leben und die Gesundheit von Lebewesen?
- Welche Auswirkungen haben sie auf die Freiheit von Menschen und auf die Biosphäre unseres Planeten?



Verpflichtende Indikatoren

- Umsatzanteil der hier aufgelisteten unethischen Produkte und Dienstleistungen
- Kund*innenanteil, die ihrerseits derartige Produkte herstellen bzw. vertreiben

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

Jede Organisation agiert in einem gesellschaftlichen Umfeld und innerhalb einer sozialen Gemeinschaft. Das Gemeinwesen (bestehend aus staatlichen und zivilgesellschaftlichen

Einrichtungen) stellt wichtige Grundlagen für institutionelles Handeln zur Verfügung. Umgekehrt erwartet die Gesellschaft auch einen angemessenen Beitrag aller zur Erhaltung und Weiterentwicklung dieser Strukturen. Neben den gesetzlich vorgeschriebenen Steuern und Abgaben gibt es eine breite Palette materieller oder immaterieller Leistungen, die Organisationen erbringen und damit das Gemeinwesen entweder fördern oder auch schädigen.



Eine GWÖ-Organisation ...

- leistet über Steuern und Sozialabgaben einen fairen und angemessenen Beitrag zum Gemeinwesen entsprechend der Wertschöpfung in der jeweiligen Region.
- nutzt Förderungen der öffentlichen Hand nur in dem Ausmaß, als diese der Entwicklung der Organisation dienen und damit mittelfristig die Wertschöpfung in der jeweiligen Region erhöhen.
- setzt ihre spezifischen Fähigkeiten und Ressourcen ein, um zivilgesellschaftliche Initiativen innerhalb des Gemeinwesens jenseits von Eigeninteressen zu stärken.
- nutzt ihre Kontakte zu Verwaltung und politischen Entscheidungsträger*innen, um dem Gemeinwohl zu dienen und nicht primär Eigeninteressen zu unterstützen. Zudem legt es diese Kontakte und Finanzflüsse offen.
- setzt strukturelle Maßnahmen, um Korruption und illegitime Steuervermeidung intern und bei den direkten Geschäftspartner*innen zu verhindern.



Einstiegsfragen

- Wie stellen wir eine faire Balance zwischen dem, was wir für das Gemeinwesen leisten, und dem, was wir daraus erhalten, her?
- Welche Form des gesellschaftlichen Engagements betreiben wir? Was ist das Ziel dieser Tätigkeiten?
- Wie hoch ist unser Eigeninteresse an diesen Aktivitäten? Haben wir durch unser Engagement einen (bewusst geplanten) Zusatznutzen?
- Was sind die Auswirkungen unseres Tuns? Welche gesellschaftlichen Effekte erzielen wir (individuell, strukturell)?
- Wie stellen wir sicher, dass wir durch unser Handeln illegitime Steuervermeidung oder Korruption verhindern oder zumindest nicht begünstigen?

E2.1 Steuern und Sozialabgaben

Jede Organisation profitiert vom Gemeinwesen – individuell durch Subventionen und Förderungen, aber auch als Mitglied der Gesellschaft z.B. durch Leistungen kommunaler Einrichtungen und die vorhandene Infrastruktur. Zur Finanzierung dieser Leistungen werden Steuern und Sozialabgaben herangezogen.



Berichtsfragen

- Welchen direkten materiellen Beitrag leistet die Organisation zur Sicherung des Gemeinwesens (z.B. in Form von Ertragsteuern, lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen)?

- Welche direkten materiellen Unterstützungen erhält die Organisation vom Gemeinwesen (z.B. Subventionen und Förderungen)?
- Welchen indirekten materiellen Beitrag leistet die Organisation durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und die damit verbundenen Steuern und Abgaben (Lohnsteuer und Sozialversicherungsbeiträge der Mitarbeitenden)?



Verpflichtende Indikatoren

- Umsatz
- Nettoabgabenquote: Darin sollen folgende Beiträge eingerechnet werden:
 - effektiv gezahlte Ertragsteuern (Einkommensteuer, Körperschaftsteuer)
 - Lohnsummenabhängige Steuern und Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitgeber*innen
 - Differenz aus Brutto- und Nettolohnsumme (Summe der Lohnsteuer und SV-Beiträge der unselbstständig Beschäftigten), abzüglich aller Subventionen und Förderungen
- » Diese Netto-Abgaben werden auf die ausgewiesene Wertschöpfung (Gewinn vor Steuern plus Fremdkapitalzinsen plus Einnahmen aus Mieten und Verpachtung) bezogen und ergeben damit die Netto-Abgabenquote.

E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

Viele Organisationen leisten über die gesetzlich vorgeschriebenen Abgaben hinaus freiwillige Beiträge – entweder in Form von finanziellen Spenden, Sachmitteln oder durch Arbeitsleistung und die Nutzung von Vernetzung und Kontakten zur Unterstützung zivilgesellschaftlicher Initiativen und zum Nutzen des Gemeinwesens („positives Lobbying“).

Die Unis an sich leisten je nach Zielgruppe und Inhalt der Ausbildung und Forschung meistens einen direkten Beitrag für das Gemeinwesen. Das wird allerdings genauer im Thema E1 berücksichtigt.

Hier geht es um das weiterführende „ehrenamtliche“ Engagement der Universitäten, über den „normalen“ Auftrag und Daseinszweck hinaus.

Mögliche Aspekte/Impulsfragen:

- Was tun die Hochschulen, wenn sie als „normale“ Bürger gesehen werden via Ehrenamt für die Gesellschaft?
- Gesellschaftliche Rückkopplung: Vorträge, Konferenzen und Kommunikation mit der Öffentlichkeit.
- z.B. kostenlose Wissensvermittlung in nachhaltigen Themen (Open source, MOOC, Knowhow GWÖ für Unternehmen/ Organisationen)
- Open Course Ware (Wissen als kostenloses Gut für Allgemeinheit).

Berichtsfragen



- Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement der Organisation aufgewendet (Erstellung einer Liste aller Aktivitäten mit geldwertem Umfang)?
- Wie lässt sich der Eigennutzen dieser Maßnahmen in Relation zum gesellschaftlichen Nutzen bewerten?
- Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten der Organisation – oder lindern sie vorwiegend Symptome?
- Wie gut sind diese Themen verankert? Welche Erfahrungen hat die Organisation damit bereits gesammelt? Wie stabil ist das Engagement?
- Wie sieht die Gesamtstrategie oder Vision für das ehrenamtliche Engagement aus?



Verpflichtender Indikator

- geldwerte freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen (in % des Umsatzes bzw. der Gesamtjahresarbeitszeit)

E2.3 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung

Dieser Negativaspekt betrifft vor allem Großbetriebe oder Unternehmen, die in einem internationalen Verbund mit anderen agieren. Zu beachten ist allerdings, dass auch im internationalen Online-Handel und in der digitalen Ökonomie erhebliche Risiken bestehen. Nicht betrachtet werden hier alle Aktivitäten, die zu einer legitimen Reduktion der Steuerbelastung einer Organisation führen (eine korrekte Steuerberatung informiert lediglich über solche Möglichkeiten).



Berichtsfragen

- Ist die Organisation Teil eines internationalen Konzerns, agiert es im Verbund mit anderen internationalen Partner*innen oder nimmt es an der digitalen Ökonomie (länderübergreifend) teil?



Verpflichtender Indikator

- In diesem Fall muss eine Offenlegung aller Niederlassungen, verbundenen Unternehmen oder Geschäftspartner*innen im Ausland, zu denen ein erheblicher Teil des Umsatzes (ab 10 %) abfließt, erfolgen.

E2.4 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

Korruption umfasst alle Praktiken, die aufgrund von privaten Interessen zu einer Schädigung von Einrichtungen des Gemeinwesens führen. Unter Korruption wird hier nicht nur die Bestechung (bzw. der Betrug) von Amtsträger*innen verstanden, sondern auch intransparentes Lobbying, Nepotismus („Vetternwirtschaft“), Veruntreuung des Allgemeinguts (z.B. durch ungerechtfertigte Subventionsvergabe oder Auftragsvergabe unter Umgehung der Ausschreibungspflicht) oder illegale Parteien- und Wahlkampffinanzierung.

Zumeist ist Korruption mit ungerechtfertigten Vorteilen für Amts- oder Mandatsträger*innen verbunden. Diese können materieller oder immaterieller Natur sein.

Organisationen sind gefordert, Maßnahmen in ihrem Einflussbereich zu setzen, die Korruption verhindern, aufdecken und aufarbeiten können.



Berichtsfragen

- Welche Korruptionsrisiken bestehen in der Organisation, bei den Lieferant*innen und Kund*innen?
- Welche Maßnahmen wurden in den Bereichen Einkauf und Verkauf gesetzt, um Korruption effektiv zu verhindern?
- Wie sorgfältig wird mit Kontakten zu Amts- und politischen Entscheidungsträger*innen umgegangen?
- Welche Lobbying-Aktivitäten betreibt die Organisation?
- Welche Spenden erfolgen seitens der Organisation an politische Parteien?
- Wie wird Bewusstseinsbildung bei den Mitarbeitenden betrieben?
- Wie werden in den Entscheidungsprozessen Vorkehrungen gegen Korruption getroffen?
- Wie werden Interessenkonflikte (persönliche Interessen gegenüber Firmeninteressen) sichtbar gemacht, und welche entsprechenden Verhaltensregeln gibt es?



Verpflichtende Indikatoren

- Erfolgt eine Offenlegung von Parteispenden?
- Erfolgt eine Offenlegung aller Lobbying-Aktivitäten (Eintrag ins Lobbying-Register) und Lobbying-Aufwendungen?
- Werden Mitarbeitende aufgefordert, Korruption anzuzeigen, und wird ihnen entsprechender Schutz (Anonymität) zuteil?
- Gibt es eine Zweckbindung und Kontrolle des Budgets für soziale und gesellschaftliche Zwecke (siehe den Positivaspekt wirksame Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens)?

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Organisationen können durch Veränderung ihrer internen Produktions-, Verarbeitungs- und Arbeitsprozesse und der damit verbundenen Reduktionen der ökologischen Auswirkungen einen wesentlichen Beitrag leisten, um der Überschreitung planetarer Grenzen entgegen zu wirken. Im Lebensweg stehen hier die internen Abläufe zwischen der Übernahme der Vorprodukte von den Lieferant*innen und der Übergabe der Produkte an die Kund*innen im Fokus. Ebenso kann das Produktdesign zur Reduktion dieser Auswirkungen beitragen.



Eine GWÖ-Organisation ...

- stellt den Lebensweg ihrer Produkte und Dienstleistungen innerhalb der Organisation dar und erhebt und dokumentiert die jeweiligen Umweltauswirkungen.
- setzt sich aktiv mit den ökologischen Auswirkungen der unternehmerischen Tätigkeit auseinander.
- reduziert negative ökologische Auswirkungen kontinuierlich und gestaltet ihre Verfahren und Prozesse schadstoffarm, ressourcenschonend und sparsam.
- kommuniziert ihre Erkenntnisse und Fortschritte in der Branche und an andere interessierte Berührungsgruppen.



Einstiegsfragen

- Wie erkennen wir potenziell schädliche Umweltwirkungen und vermeiden diese?
- Welche Vergleiche bezüglich ökologischer Auswirkungen durch die Herstellprozesse bestehen mit Organisationen derselben Branche bzw. in der Region und welche Konsequenzen ziehen wir aus dem Vergleich?

E3.1 Absolute Auswirkungen / Management und Strategie

Im Sinne einer ökologisch nachhaltigen Ökonomie ist jede Organisation gefordert, ihre ökologischen Auswirkungen zu begrenzen. Ziel ist die Reduktion des Ressourcenverbrauchs und der Emissionen sowie die Einschränkung der Nutzung gefährlicher Substanzen, Technologien und Prozesse. Ein etabliertes Umweltmanagementsystem soll dazu dienen, Strategien und Verantwortlichkeiten zu definieren, Maßnahmen zu planen, umzusetzen und ihre Wirkung zu überprüfen.



Berichtsfragen

- Welche negativen Umweltwirkungen haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse? Dabei sind vor allem die folgenden definierten Standardwirkungskategorien und deren Auslöser zu beachten:
 - klimawirksame Emissionen (CO₂, N₂O, CH₄, ...)
 - Feinstaub und anorganische Emissionen
 - Emissionen von Chlorfluorkohlenwasserstoffen (Abbau der Ozonschicht)
 - Emissionen, die zur Versauerung beitragen (NO_x, SO_x, CO₂)
 - Emissionen, die die fotochemische Bildung von Ozon fördern (organische Verbindungen, NO_x, SO_x)
 - ionisierende Strahlung
 - Emission bzw. Verwendung toxischer Stoffe
 - Düngung in der Landwirtschaft (Eutrophierung)
 - Landverbrauch
 - Wasser- und Mineralienverbrauch (Ressourcenerschöpfung)
 - Welche Daten zu den – in der jeweiligen Organisation relevanten –

Umweltwirkungen

- Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch
- (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?



Verpflichtende Indikatoren

Entsprechend dem Tätigkeitsfeld der Organisation sind relevante Umweltkonten zu berichten:

Umweltkonto | gemessen in

- Ausstoß klimawirksamer Gase | kg
- Transporte (und dessen CO₂-Äquivalent) | km bzw. kg
- Benzinverbrauch (und dessen CO₂-Äquivalent) | Liter bzw. kg
- Stromverbrauch (und dessen CO₂-Äquivalent) | kWh bzw. kg
- Gasverbrauch (und dessen CO₂-Äquivalent) | kWh bzw. kg
- Heizenergie (in Bezug auf die jeweilige Durchschnittstemperatur) | kWh/°C
- Verbrauch von Trink- und Regenwasser | m³
- Chemikalienverbrauch (giftig, ungiftig) | kg
- Papierverbrauch | kg
- Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien | kg
- Kunstlichteinsatz | Lumen, kWh
- Schadstoffemissionen und sonstige Umweltwirkungen | entsprechend der jeweiligen Standardwirkungskategorie

Die jeweiligen Messwerte sollten auf organisationelle relevante Kenngrößen umgelegt werden (z.B. kg CO₂ pro mitarbeitender Person oder bezogen auf den Umsatz). Die Bezüge können dann zur Überprüfung der Erreichung des Ziels „Reduzierung“ genutzt werden.

E3.2 Relative Auswirkungen

Um Verbesserungspotenziale zur Reduktion der organisationellen Umweltauswirkungen zu erkennen, sind Vergleiche in der Branche oder Region hilfreich. Grundlage der Bewertung der relativen Umweltauswirkungen ist der jeweilige Stand der Technik oder Branchenstandard.



Berichtsfragen

Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Herstellprozesse im Vergleich ...

- zum Branchenstandard bzw. Stand der Technik?
- zu Organisationen im selben Geschäftsfeld bzw. in der Region?



Verpflichtender Indikator

- relevante Vergleichswerte bezüglich Umweltkonten oder Wirkungskenngrößen (siehe E3.1) in der Branche bzw. Region

E3.3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Wenn durch die Aktivitäten der Organisation unangemessene Eingriffe in Ökosysteme erfolgen oder gegen Umweltauflagen verstoßen wird, entsteht ein gesellschaftlicher Schaden, dem kein adäquater Nutzen gegenübersteht. Dies ist insbesondere auch dann zu kritisieren, wenn dieses Vorgehen an anderen Standorten der Organisation illegal wäre.



Berichtsfragen

- Welche Genehmigungen und zugehörige Auflagen gibt es, und sind die Auflagen eingehalten?
- Wie wird die Einhaltung der relevanten Gesetze und Verordnungen überwacht?
- Werden diese eingehalten, oder sind Rechtsverstöße bekannt?
- Welche Beschwerden bzw. Kontroversen mit Anrainer*innen bezüglich ökologischer Belastungen liegen vor?
- Welche Kontroversen mit anderen Stakeholder*innen (zivilgesellschaftliche Initiativen, NGOs etc.) gibt es?
- Wie ist der technische oder gesetzliche Standard vor Ort in Bezug auf andere Standorte der Organisation zu bewerten?

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung sollen in erster Linie Schaden von der Allgemeinheit durch Entscheidungen abwenden, die auf einem Mangel an verfügbaren Informationen und Fakten, mangelhaftem Argumentationsaustausch oder fehlenden Mitwirkungsmöglichkeiten der Betroffenen beruhen. Sie sollen ein lebensdienliches Miteinander in einer aufgeklärten, demokratischen, offenen und pluralistischen Gesellschaft fördern. Die relevanten Berührungsgruppen hier sind: Anrainer*innen, Gebietskörperschaften, kritische Non-Profit-Organisationen, zukünftige Generationen und die Natur (= Mitwelt, Tiere, Pflanzen, Biodiversität, Landschaften).



Eine GWÖ-Organisation ...

- stellt Transparenz über das Handeln der Organisation und jene Vorkommnisse her, die von legitimen Interesse für die Öffentlichkeit sind.
- gibt jeder betroffenen Person das Recht und die Möglichkeit, Einwände zu erheben, öffentliche Auskunft und Argumente über Handlungen der Organisation zu verlangen und in einen Dialog zu treten.

- führt einen aktiven Dialog mit relevanten Berührungsgruppen, auch mit NPOs, die die Interessen jener Berührungsgruppen vertreten, die nicht selbst Einwände erheben können (zukünftige Generationen, Natur, Tiere, Landschaft).
- berücksichtigt die berechtigten Interessen dieser Gruppen bei institutionellen Entscheidungen.
- tritt für die Werte Transparenz und Mitbestimmung als Grundlage einer aufgeklärten, demokratischen, offenen und pluralistischen Gesellschaft ein.



Einstiegsfragen

- Wie transparent, ehrlich, vollständig, unmissverständlich und vor allem faktenbasiert ist unsere Informationspolitik, insbesondere bei der Risikoabschätzung und potenziellen schädlichen Wirkungen auf Gesellschaft und Mitwelt?
- Was tun wir, um die Wirkungen unseres Handelns besser zu verstehen und transparent zu machen?
- Wie ermöglichen wir Mitbestimmung aufgrund legitimer Interessen der Anrainer*innen, gesellschaftlicher Berührungsgruppen, zukünftiger Generationen und der Natur?
- Wie machen wir unsere Haltung zu Transparenz und Mitbestimmung sichtbar?

E4.1 Transparenz

Transparenz schafft Vertrauen und ermöglicht Beteiligung. Eine transparente Organisation gibt den relevanten gesellschaftlichen Berührungsgruppen einen umfassenden Einblick in ihre Tätigkeit. Die Organisation bemüht sich systematisch um Erkenntnisgewinn, Informations- und Argumentationsaustausch.



Berichtsfragen

- Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst?
- In welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation)?
- Wird der Bericht durch eine unabhängige Stelle kritisch überprüft?
- Wie einfach ist der Bericht für die Öffentlichkeit zugänglich?



Verpflichtender Indikator

- Veröffentlichung eines Gemeinwohl-Berichts oder gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung

E4.2 Gesellschaftliche Mitbestimmung

Jede betroffene Person hat das Recht und sollte die Möglichkeit haben, Einwände zu erheben, öffentliche Auskunft und Argumente über unternehmerische Handlungen zu verlangen und in einen Dialog zu treten.

Die gesellschaftlichen Berührungsgruppen werden aktiv angesprochen und bei relevanten Themen in die Entscheidungsfindung einbezogen. Diese Form der Mitbestimmung sichert gesellschaftlich verantwortliches Verhalten der Organisation und hilft Konflikte und Folgekosten zu vermeiden.



Berichtsfragen

- Wie können Bürger*innen in Dialog treten und sich an einem offenen, macht- und sanktionsfreien Argumentationsaustausch beteiligen?
- Wie können gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber der Organisation vertreten?
- Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert, und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?



Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen (in % der relevanten Entscheidungen, je nach Mitbestimmungsgrad)
- Ist eine institutionalisierte Infrastruktur des Dialogs (z.B. Ethikforum, Ethikkomitee) vorhanden: ja/nein?

E4.3 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Organisationen haben eine Informationsverantwortung gegenüber der Gesellschaft. Dazu gehört im positiven Sinne eine umfassende Transparenz der Organisationen nach außen. Wenn eine Organisation bewusst falsche Informationen über sich selbst oder gesellschaftliche Phänomene veröffentlicht, dann schadet sie dem Gemeinwesen, weil sie einen rationalen, argumentativen Dialog unmöglich macht.

Der Schaden für das Gemeinwesen entsteht z.B. durch ...

- Fehlinformationen (durch bewusste Irreführung oder das Erfinden von „Fakten“)
- das Schüren von irrationalen Ängsten, aber auch Verharmlosung von Risiken zum Schaden der Allgemeinheit, zukünftiger Generationen und der Natur
- das Leugnen von wissenschaftlichen Erkenntnissen
- das Fördern von Stereotypen, Ressentiments oder Vorurteilen



Berichtsfragen

- Welche Informationen über die Organisation entsprechen nicht der internen Realität? Wo gibt es wesentliche Differenzen und wieso?
- Inwiefern wird durch die Organisation die öffentliche Meinung direkt oder indirekt durch Fehlinformationen beeinflusst?
- Worin widersprechen die Veröffentlichungen der Organisation dem wissenschaftlich gesicherten Forschungsstand oder der allgemeinen Erklärung der Menschenrechte?