

Gemeinwohl-Ökonomie
Berlin-Brandenburg e.V.



Glogauer Straße 21
10999 Berlin

berlin-brandenburg@ecogood.org

www.ecogood.org/de/berlin-brandenburg

GEMEINWOHL
ÖKONOMIE Ein Wirtschaftsmodell
mit Zukunft
Berlin-Brandenburg



GEMEINWOHL-BILANZ
2018/19

Gemeinwohl-Ökonomie Berlin-Brandenburg e.V.

Rechtsform	eingetragener Verein
Eigentumsform	wir gehören uns selbst
Branche	Systemchange/sozial-ökologischer Wandel
Muttergesellschaft	Gemeinwohl-Ökonomie Deutschland e.V.
Webseite	www.ecogood.org/de/berlin-brandenburg/
E-Mail	berlin-brandenburg@ecogood.org
Sitz des Vereins	Glogauer Straße 21, 10999 Berlin
Mitarbeitende	ca. 30 freiwillig Aktive
Vollzeitäquivalente	2,2 (ca. 98 h ehrenamtliches Engagement pro Woche)
Saison-/Zeitarbeitende	keine

	2018	2019
Mitgliedsbeiträge	5.450,00 €	8.908,00 €
Spenden	0,00 €	1.642,00 €
Ausgaben	9.371,95 €	7.527,71 €
Jahresüberschuss	40,00 €	1.166,00 €

Dieser Bericht, der Auditbericht und die Übersicht über den Erstellungsbericht sind im Wiki der Gemeinwohl-Ökonomie zu finden: <https://gwoe.17plus.org/bbg-wiki>

„Unser jetziges Wirtschaftssystem steht auf dem Kopf. Das Geld ist zum Selbst-Zweck geworden, statt ein Mittel zu sein für das, was wirklich zählt: ein gutes Leben für alle.“

Christian Felber

Mitinitiator der Gemeinwohl-Ökonomie-Bewegung

WAS IST GEMEINWOHL-ÖKONOMIE?

Gemeinwohl-Ökonomie bezeichnet ein Wirtschaftssystem, das auf gemeinwohl-fördernden Werten aufgebaut ist. Sie ist ein Veränderungshebel auf wirtschaftlicher, politischer und gesellschaftlicher Ebene.

DIE GEMEINWOHL-ÖKONOMIE IST ...

auf wirtschaftlicher Ebene

eine lebbare, konkret umsetzbare Alternative für Unternehmen verschiedener Größen und Rechtsformen. Der Zweck des Wirtschaftens und die Bewertung von Unternehmenserfolg werden anhand gemeinwohl-orientierter Werte definiert.

auf politischer Ebene

ein Motor für rechtliche Veränderung. Ziel des Engagements ist ein gutes Leben für alle Lebewesen und den Planeten, unterstützt durch ein gemeinwohl-orientiertes Wirtschaftssystem. Menschenwürde, Solidarität, ökologische Nachhaltigkeit, soziale Gerechtigkeit und demokratische Mitbestimmung sind dabei die zentralen Werte.

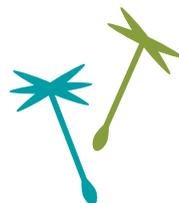
auf gesellschaftlicher Ebene

eine Initiative der Bewusstseinsbildung für Systemwandel, die auf dem gemeinsamen, wertschätzenden Tun möglichst vieler Menschen beruht.

Die Bewegung gibt Hoffnung und Mut und sucht die Vernetzung mit anderen Initiativen. Sie versteht sich als ergebnis-offener, partizipativer, lokal wachsender Prozess mit globaler Ausstrahlung – symbolisch dargestellt durch die Löwenzahn-Sämchen im Logo.

Dies ist die Kernaussage der Vision der GWÖ.
Mehr dazu unter <https://gwoe.17plus.org/vision>

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



VISION & MISSION – WO WOLLEN WIR HIN?

Ziel der GWÖ ist es, das Modell der Gemeinwohl-Ökonomie in einem partizipativen, demokratischen und ergebnisoffenen Prozess so weiterzuentwickeln, dass es tatsächlich ein gutes Leben für alle ermöglicht – hier und anderswo, jetzt und in Zukunft, für Mensch, Tier und Natur. Das Herzstück bildet die Gemeinwohl-Bilanz.

Mehr zur Mission und zu unserer Arbeit unter <https://gwoe.17plus.org/mission>

Wir, hier in Berlin und Brandenburg, sind eine Regionalgruppe, die sich der Gesamtbewegung der Gemeinwohl-Ökonomie zugehörig fühlt. Im monatlichen Plenum und in den Arbeitsgruppen engagieren wir uns für die Weiterentwicklung und Vernetzung dieses „Wirtschaftsmodells mit Zukunft“. Um unsere Tätigkeiten zu unterstützen wurde 2012 unser gemeinnütziger Verein gegründet.

PRODUKTE/DIENSTLEISTUNGEN

Unsere Dienstleistung ist im Satzungszweck geregelt. Wir stellen Wissen rund um die Gemeinwohl-Ökonomie zur Verfügung und sind für alle Anspruchsgruppen Ansprechpartner. Hierzu sind wir vor allem auf Messen und Veranstaltungen mit Vorträgen und anderen Formaten aktiv. Unser Anliegen ist es, die Wirtschaft innerhalb planetarischer Grenzen zu entwickeln und einen ganzheitlichen Blick auf alle Anspruchsgruppen herzustellen. Aus diesem Grund engagieren wir uns in der Regionalgruppe Berlin-Brandenburg und wollen in dieser Region zum Systemwandel beitragen.

DAS UNTERNEHMEN UND GEMEINWOHL

Als Bestandteil der Gemeinwohl-Ökonomie Bewegung versuchen wir nach unseren Möglichkeiten die Gedanken und Bestrebungen des gemeinwohl-orientierten Wirtschaftens voran zu bringen. Als Ansprechpartner für alle Fragen steht die Regionalgruppenkoordination unter berlin-brandenburg@ecogood.org zur Verfügung. Wir freuen uns auf den Austausch.

INHALTSVERZEICHNIS

Testat zur Gemeinwohl-Bilanz	8	D Kund*innen und Mitunternehmen	51
Hinweise zu unserem Bericht	10	D1 Ethische Kundenbeziehung	53
A Lieferant*innen	11	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	59
Übersichtstabellen Lieferant*innen	13	D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	61
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	23	D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz	63
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	24	E Gesellschaftliches Umfeld	65
A3 Ökologische Nachhaltigkeit In der Zulieferkette	25	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	66
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	26	E2 Beitrag zum Gemeinwesen	72
B Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen	27	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	74
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	28	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	76
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	30	Ausblick	79
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	32	EU Konformität	79
B4 Eigentum und Mitentscheidung	34	Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz	80
C Mitarbeitende	37		
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	38		
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	43		
C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden	46		
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	48		



Testat:

Externes Audit

**Gemeinwohl-
 Bilanz**

für:

**Gemeinwohl-Ökonomie
 Berlin-Brandenburg e.V.**

**M5.0
 Kompaktbilanz**

2018-2019

Auditor*In:

Manfred Kofranek

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berührungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette: 50 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette: 30 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette: 40 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette: 30 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ- PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 50 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 20 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: ./.	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 80 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 20 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 10 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 70 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 80 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innen beziehungen: 30 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 50 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 40 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 80 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 60 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 20 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 10 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 30 %

Testat gültig bis:

**31. August
 2022**

BILANZSUMME:

422

HINWEISE ZU UNSEREM BERICHT

Wir freuen uns sehr, dass es diesen Bericht gibt und sind uns der Verantwortung bewusst, einer der ersten GWÖ-Vereine zu sein, der sich nach den eigenen Kriterien bewertet. Wir waren nach maximaler Möglichkeit kritisch und basisdemokratisch.

So haben die ersten beiden Runden zur Erstellung dieses Berichtes jeweils mit mindestens zehn freiwilligen Aktiven in vierstündigen Sessions stattgefunden. Durch die hereinbrechende Pandemie konnte dieser Prozess nicht in Gänze aufrechterhalten werden. Federführend wurde der Bericht vom Vorstand begleitet und in der Finalisierungsphase hauptsächlich von einer Vorstandsperson und einer Bundesfreiwilligen getragen. Auch hier gab es den intensiven Austausch mit den Huttragenden der einzelnen Berührungsgruppen sowie Feedbackschleifen unter allen GWÖ-Aktiven (ca. 30 Personen). Wir sind hochofreut, welche Erkenntnisse wir über unsere eigene Regionalgruppe gewinnen konnten und welche ehrgeizigen Ziele wir uns für die Zukunft setzen können. Um maximale Lesefreundlichkeit herzustellen, haben wir zu Beginn jeder neuen Berührungsgruppe den allgemeinen Einstiegstext der GWÖ aus dem Arbeitshandbuch Kompaktbilanz eingefügt. Um uns in den Texten der einzelnen Werte kurz zu halten, haben wir uns dazu entschlossen in jeder Berührungsgruppe einen Einstiegstext voranzustellen. Wir hoffen sehr, dass den Leser*innen dieses Verfahren gefällt und freuen uns über Fragen, Kritik, Lob und Feedback zu den einzelnen Punkten.

Als große Herausforderung stellte sich für uns die Einstufung in die einzelnen Anspruchsgruppen dar. So kann eine Person in allen Anspruchsgruppen vertreten sein. Wie kann das möglich sein? Als Person, die in Berlin-Brandenburg lebt, gehört sie generell zu unserem gesellschaftlichen Umfeld (E). Auf einem Messestand wird diese Person von uns angesprochen und ist nun potentielle Kund*in (D). Durch ein aktives Mitwirken bei der GWÖ wird sie zu Mitarbeite*in (C). Nach dem Zeichnen der Mitgliedschaft wird diese Person dann auch noch Eigentümer*in (B) und hat sie dann noch ein eigenes Gewerbe (z. B. Grafikbüro, Tischlerei, ...) und führt einen Auftrag aus, wird sie auch noch zu einer Lieferant*in und das Quintett ist vollständig und die ganze Abgrenzung kompliziert.

Und nun viel Spaß beim Lesen.



Wer die Einschätzung in die Bewertungsstufen in diesem Bericht besser nachvollziehen möchte, kann sich das Handbuch herunterladen und damit tiefer einsteigen.



<https://gwoe.17plus.org/m5k>

AUS DEM GWÖ-ARBEITSHANDBUCH

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. Jedes Unternehmen kann durch Auswahl bei der Kaufentscheidung, durch Gestaltung von Vertragsbedingungen und durch Einflussnahme Mitverantwortung für seine Liefernden 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 das Unternehmen haben oder für die eigenen Produkte wichtige bzw. risikobehaftete Bestandteile sind.

Als Orientierung kann eine Auflistung der wesentlichsten Lieferanten des Unternehmens (bis zum Gesamtwert von ca. 80 Prozent des Einkaufsvolumens) sowie der von diesen bezogenen Produkten und Dienstleistungen dienen. Besonders Produkte und Branchen mit sozialen oder ökologischen Risiken sind auch bei Kleinstmengen zu betrachten.



A LIEFERANT*INNEN

Einkaufsentscheidungen werden in der Regionalgruppe basisdemokratisch getroffen. Größere Anschaffungen/Ausgaben werden auf dem monatlich stattfindenden Plenum thematisiert und zur Abstimmung gebracht. Alle Personen haben aufgrund ihres Mitwirkens in der Regionalgruppe Berlin-Brandenburg (RG B-BB) der GWÖ einen hohen Grad an Achtsamkeit in puncto Beschaffung und die Vermeidung der Ausbeutung von Menschen und Natur in diesem Zusammenhang. Zum Teil sind die Lieferant*innen Mitwirkende in den einzelnen AGs und haben somit einen großen Einfluss in puncto Transparenz, Mitbestimmung sowie selbst ein hohes Interesse an einem ökologischen Gleichgewicht.

Eine der Hauptausgaben im Berichtszeitraum bezieht sich auf den gemeinsamen Einkauf von Werbematerialien. Hierbei haben alle GWÖ-Regionalgruppen im DACH-Raum gemeinsam Werbemittel eingekauft.

Eine weitere Hauptausgabe war der Auftritt auf der Messe zum Heldenmarkt. Hier hat es einen sehr intensiven und offenen Austausch mit der Koordination der Veranstaltung gegeben. Der Heldenmarkt selbst ist GWÖ-bilanziert und auch die Tischlerei, welche den Werbewürfel designt und umgesetzt hat, ist GWÖ-bilanziert. Am Ende ist eine Gemeinschaftsfläche mit zehn GWÖ-Unternehmen, eine Pressekonferenz auf der Hauptbühne, zwei Vorträge sowie umfangreiche Erwähnung im Programmheft entstanden.

Wir haben einen keinen verschriftlichen Beschaffungskatalog. Es ist stets unser Bestreben bei GWÖ-Unternehmen einzukaufen. Sollte es in dem angeforderten Bereich keine GWÖ-Unternehmen geben, wählen wir Unternehmen, die sehr GWÖ-nahe sind, aus. Sollte es im angeforderten Bereich keine GWÖ-Unternehmen geben, wählen wir Unternehmen aus, die in ihren sozio-ökologischen Standards den Ansprüchen der GWÖ ähneln. Die verschriftlichte Orientierungshilfe gab es im Berichtszeitraum noch nicht, sie wurde im Zuge dieser Bilanzierung erstellt und ist im Anhang dieses Berichtes zu finden.

In puncto Label vertrauen wir in erster Linie auf unser eigenes „Label“. Da wir im Jahr 2019 über 80 Prozent unserer Ausgaben bei GWÖ-Unternehmen getätigt haben, sehen wir diesen Bezug auf die GWÖ-Kriterien als gerechtfertigt an.

Laut Satzung müssen Ausgaben, die 400 € übersteigen, von zwei Vorstandsmitgliedern freigegeben werden.

Die Auswahl der Werbemittel erfolgte demokratisch und unter hohen sozio-ökologischen Standards (Nur GWÖ-Druckereien, Roll-Up aus Bambus, öko-sozial-zertifizierte Textilien, etc)

Siehe <https://ecg.17plus.org/einkauf>

Aus unserer, zugeben etwas parteiischen Sicht, ist es das ganzheitlichste Tool, um die Nachhaltigkeit von Unternehmen und Organisationen zu bewerten, zu messen und nach Außen darzustellen. Aus diesem Grund sehen wir folgende Anforderungen an die Lieferant*innen aus den Bewertungsstufen als gegeben an.

- ✓ Es werden überdurchschnittlich gute Arbeitsbedingungen in allen Wertespalten erfüllt.
- ✓ Die Auswahl dieser Unternehmen entspricht den Kriterien „umfassende Einkaufsrichtlinien“.
- ✓ Durch den zweijährigen Bilanzierungsprozess erfolgt die Evaluation der Kette der Zuliefernden.
- ✓ Da wir in 2018 mit 66 Prozent und in 2019 sogar mit 82 Prozent unseres Ausgabenvolumens in GWÖ-Unternehmen investiert haben, erfüllen wir jeweils die in den Bewertungsstufen vorgegebenen Kriterien.

Anteil von GWÖ-Unternehmen an den Gesamtausgaben



ÜBERSICHTSTABELLEN LIEFERANT*INNEN

Zur besseren Übersicht über alle vier Wertesäulen haben wir eine zusammenfassende Tabelle erstellt und wollen hierzu kurz unser Vorgehen erläutern. Wir haben alle Liefernden in der Tabelle zusammengetragen und uns intensiv Gedanken gemacht, wie wir zu einer fairen und transparenten Bewertung kommen. Da der Großteil unserer Lieferant*innen GWÖ-Unternehmen sind, war es naheliegend deren Bilanzen heranzuziehen. So haben wir die einzelnen Bewertungen aus dem Testat genommen, jeweils die Bewertungen aus den vier Wertespalten herausgezogen und durch die fünf Anspruchsgruppen geteilt. Somit konnten wir in weniger als einer Stunde den Großteil unserer Liefernden evaluieren.

Für die Bewertung wäre es sehr viel einfacher, wenn alle Unternehmen eine GWÖ Bilanz hätten. Bei allen anderen Lieferant*innen mussten wir uns durch Webseiten und oberflächliche Berichte arbeiten um eine halbwegs valide Aussage zu erhalten. Für die restlichen Liefernden haben wir die Websites sowie zum Thema bereitgestellte Berichte herangezogen, um eine möglichst valide Aussage machen zu können.



Lieferant*innen	Ausgaben 2018/19				Ausgaben 2018				Ausgaben 2019				Gemeinwohl-Matrix								
	A1	A2	A3	A4	B1	B2	B3	B4	C1	C2	C3	C4	D1	D2	D3	D4	E1	E2	E3	E4	GWÖ
Fairmondo eG	3.600,00 €	21,30%	2.600,00 €	27,74%	1.000,00 €	13,28%	7	7,4	6,2	6,2	ja	nein									
Forum Futura UG	2.600,15 €	15,39%	499,80 €	5,33%	2.100,35 €	27,90%	6,2	3,2	4,4	2,4	ja	ja									
Philipp Wodara**	1.600,00 €	9,47%	1.600,00 €	17,07%	–	–	2,6	2,2	6	3,4	ja	nein									
Tobias Daur**	1.339,50 €	7,93%	175,00 €	1,87%	1.164,50 €	15,47%	7,8	7,3	7,8	5,0	ja	ja									
Sonnendruck GmbH	916,30 €	5,42%	–	–	916,30 €	12,17%	5,6	4,8	3,8	4,4	ja	ja									
Rico Philipp**	720,00 €	4,26%	720,00 €	7,68%	–	–					Ja	nein									
GWÖ Deutschland e.V	709,60 €	4,20%	509,60 €	5,44%	200,00 €	2,66%					ja	nein									
ERA TAX GmbH	647,36 €	3,83%	647,36 €	6,91%							nein	nein									
abitare Tischlerei GmbH	606,90 €	3,59%			606,90 €	8,06%	5,8	5,4	3,6	3,6	ja	ja									
Steffen Media GmbH	370,27 €	2,19%	370,27 €	3,95%							nein	ja									
cloudster UG	357,00 €	2,11%	357,00 €	3,81%							nein	ja									
merz punkt GmbH & Co. KG	357,00 €	2,11%	357,00 €	3,81%							nein	nein									
Polyprint GmbH	336,18 €	1,99%	148,16 €	1,58%	188,02 €	2,50%					nein	ja									
BKK VBU	321,75 €	1,90%	321,75 €	3,43%							nein	nein									
Autarkia GmbH	297,50 €	1,76%			297,50 €	3,95%					nein	ja									

** Hierbei handelt es sich um Personen, die in der GWÖ aktiv sind.

Rico Philipp und Philipp Wodara haben gemeinsam an dem Projekt der Bilanzierung der Schüler*innen-Firma Berlin Bees der Emil-Moll-Akademie (EMA) gearbeitet. Diese Arbeit wurde über die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung (DKJS) finanziert.

Tobias Daur hat zusammen mit Bendix Bahlke den gemeinsamen Einkauf der GWÖ-Werbemittel koordiniert und über ihn wurde der Betrag abgerechnet.

Lieferant*innen (Fortsetzung)	Ausgaben 2018/19		Ausgaben 2018		Ausgaben 2019		Gemeinwohl-Matrix				GWÖ	Marketing
	A1	A2	A3	A4	A1	A2	A3	A4				
HISCOX SA HISCOX SA	283,82 €	1,68%			283,82 €	3,77%					nein	nein
BUND e.V.	244,00 €	1,44%	244,00 €	2,60%							nein	nein
UnternehmensSinn Uloth	215,39 €	1,27%			215,39 €	2,86%	2,8	1,6	1,8	2,6	ja	nein
FÖL e.V.	214,20 €	1,27%			214,20 €	2,85%					nein	nein
Allianz AG	154,63 €	0,91%	154,63 €	1,65%							nein	nein
das kooperativ e.V.	150,00 €	0,89%	50,00 €	0,53%	100,00 €	1,33%					nein	nein
Wechange eG	136,85 €	0,81%	71,40 €	0,76%	65,45 €	0,87%					nein	nein
die UmweltDruckerei GmbH	133,45 €	0,79%	133,45 €	1,42%							nein	ja
GLS Gemeinschaftsbank eG	120,00 €	0,71%	120,00 €	1,28%							nein	nein
KaJo Frings	108,89 €	0,64%	65,51 €	0,70%	43,38 €	0,58%					nein	nein
Rundfunk ARD ZDF	104,94 €	0,62%	69,96 €	0,75%	34,98 €	0,46%					nein	nein
GWÖ Baden-Württemberg e.V.	100,00 €	0,59%	100,00 €	1,07%							ja	nein
Verwaltungs-BG	96,92 €	0,57%			96,92 €	1,29%					nein	nein
Netzwerk Selbsthilfe e.V.	24,00 €	0,14%	24,00 €	0,26%							nein	nein
Sage GmbH	21,06 €	0,12%	21,06 €	0,22%							nein	nein
Thinkfarm e.V.	12,00 €	0,07%	12,00 €	0,13%			7,0	6,4	6,0	4,4	ja	nein
Summe/Mittel GWÖ-Bewertung	16.899,66 €	100,00%	9.371,95 €	100,00%	7.527,71 €	100,00%	5,6	4,8	5,0	4,0		
Anteil GWÖ-Unternehmen			6.216,40	66,33%	6.203,44	82,41%						

Lieferant*innen	Bemerkung
abitare Tischlerei GmbH	gemeinwohl-bilanziert
Allianz AG	Die Allianz ist als börsennotierte Aktiengesellschaft dem Prinzip der Gewinnmaximierung unterworfen und investiert in Waffen, Lebensmittelspekulation, Kohle- und Atomstrom. Die Betriebshaftpflicht wurde zum 30.3.2020 beendet und durch eine Betriebshaftpflicht der Hiscox ersetzt.
Autarkia GmbH	Technologieunternehmen und Eventagentur zur Organisation von plattformgestützten Konsumentenevents, mit Fokus auf nachhaltige Produkte und Lebensstile. Es gibt Bestrebung die Green World Tour stromautark zu organisieren. Bisher unvermeidbare Emissionen werden kompensiert. Veranstaltungen sowie die eigenen Büroräume werden mit nachhaltigen Produkten versorgt und es bestehen Kooperationen mit Bio-Landwirten. Es wird ein wiederverwendbares Messebausystem genutzt und beim Transport Zugreisen oder vollbesetzte PKWs favorisiert.
BKK VBU	Krankenkasse mit verantwortungsvoller Grundhaltung. Es wird sich bemüht, den Kund*innen ein fairer Partner zu sein, den Austausch mit Anspruchsgruppen zu fördern, Mitarbeiter*innen gerecht zu werden und mit Ressourcen sorgsam und nachhaltig umzugehen. Ökostrom wird bezogen und bei Alternativen wird sich für ökologisch sinnvolle Varianten entschieden. Es ist die erste Krankenkasse, die eine CSR-Managerin einstellte und eine fokussiert ausgearbeitete CSR-Strategie hat. Kund*innen werden für eine gesunde, präventive Lebensweise durch ein Bonusprogramm belohnt. Ein Nachhaltigkeitsbericht nach dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) liegt vor.
BUND e.V.	Der Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e. V. ist eine nichtstaatliche Umwelt- und Naturschutzorganisation mit Sitz in Berlin. Aufgrund der Arbeit im Umwelt- und Naturschutz wird von gemeinwohl-orientierten Handelsweisen ausgegangen.

Lieferant*innen	Bemerkung
cloudster UG	Co-Working Space mit dem Ziel, eine vielfältige Community von unternehmenden Menschen zusammenzubringen, um Wissens- und Erfahrungsaustausch zu fördern. Der Fokus liegt dabei auf lokaler Wertschöpfung und gesellschaftlichen Engagement. Mit dem Zurverfügungstellen einer professionellen, räumlichen Infrastruktur zu bezahlbaren Preisen, ist cloudster ein passendes Angebot für gemeinnützigen Unternehmen und Organisationen.
das kooperativ e.V.	Netzwerk von Personen und Initiativen, die in unterschiedlichen Konstellationen zu Projekten solidarischen und gemeinwohl-orientierten Wirtschaftens in der Region Berlin-Brandenburg aktiv sind, daher gemeinwohl-orientiert.
die UmweltDruckerei GmbH	Nachhaltige Onlinedruckerei mit speziellem Druckangebot für Kirchen, Parteien und NGOs. Es wird ausschließlich Recyclingpapier und mineralöl-freie, vegane Farbe verwendet. Der Druck erfolgt über Ökostrom, unvermeidbare Emissionen werden ausgeglichen. Es gibt Bestrebungen den Einsatz von Zusatzstoffen möglichst gering zu halten und Müll zu reduzieren. Das Unternehmen engagiert sich für soziale Projekte und Artenschutz.
ERA TAX GmbH	Steuerberatung für Klein- und mittelständische Unternehmen, die Mitglied des Verbundes unabhängiger Steuerberater und Rechtsanwälte aristotax AG ist. Rico Philipp ist u.a. für die GWÖ-Abrechnung bei ERA TAX tätig.
Fairmondo eG	Gemeinwohl-bilanziert
FÖL e.V.	Gemeinnützige Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau Berlin-Brandenburg e.V. Anlaufstelle für Verbraucher*innen-Informationen rund um das Thema Bio und Interessenvertretung für Erzeuger*innen, Verarbeiter*innen und Händler*innen. Mitglieder wählen alle zwei Jahre den Vorstand. Finanzierung durch Mitgliedsbeiträge und Spenden. Wir pflegen eine gegenseitige Mitgliedschaft.

Lieferant*innen	Bemerkung
Forum Futura UG	Gemeinwohl-bilanziert
GLS Gemeinschafts-bank eG	Genossenschaftlich organisierte Bank mit ökologisch, ethischer Anlagestrategie. Wird oft als positives Beispiel für ein gemeinwohl-orientiert geführtes Unternehmen genommen.
GWÖ Baden-Württemberg e.V.	Organisation der Gemeinwohl-Ökonomie
GWÖ Deutschland e.V	Organisation der Gemeinwohl-Ökonomie
Hiscox SA	<p>Hiscox ist ein internationaler Spezialversicherer, der an der London Stock Exchange notiert ist (LSE:HSX). Als Underwriter bei Lloyd's of London bedient Hiscox Nischenmärkte und konzentriert sich auf die Absicherung beruflicher und spezieller Risiken wie Berufshaftpflicht, Cyberkriminalität, Entführung und Satellitenschäden. Nachhaltige Geldanlagen sind nicht ihr Schwerpunkt, und sie unterliegen als börsennotierte Aktiengesellschaft ebenfalls dem Prinzip der Gewinnmaximierung. Anlagekriterien in Bezug auf nachhaltige und soziale Standards sind nicht zu erkennen. Leider war bis jetzt nicht zu ermitteln, in welche Geldanlagen sie investieren. Aktuell stehen sie in der Kritik, da sie gegenüber Kund*innen, welche eine Betriebsschließungsver-sicherung bei ihnen abgeschlossen haben und durch die COVID-19 Maßnahmen ihren Betrieb einstellen mussten, trotz einer Klausel in Bezug auf ansteckende Krankheiten, eine Versicherungsleistung ablehnen. Es wird daher absehbar zu Klagen gegen Hiscox kommen, deren Erfolgsaussichten jetzt aber noch nicht abschätzbar sind.</p> <p>Mehr zu Hiscox: https://gwoe.17plus.org/hiscox Kritik an Hiscox: https://gwoe.17plus.org/hiscox-kritik</p>
KaJo Frings	Rechtsanwalt und Notar, der häufig Minoritäten berät.
merz punkt GmbH & Co. KG	Umweltorientierte Design Agentur, die sich seit 30 Jahren auf Markenentwicklung, Packaging und Unternehmenskommunikation im Nachhaltigkeitsbereich, mit Fokus Biolebensmittel konzentriert.

Lieferant*innen	Bemerkung
Netzwerk Selbsthilfe e.V.	Netzwerk zur Unterstützung und Beratung von politischen Initiativen durch einen solidarischen Förderfonds, der durch seine Mitglieder*innen getragen wird und dadurch unabhängig ist. Gefördert werden Projekte, die sich für eine solidarische und lebenswerte Gesellschaft einsetzen. Die Organisation ist basisdemokratisch organisiert, sodass alle Mitglieder*innen bei der Projektauswahl mitbestimmen können.
Philipp Wodara	aktives Mitglied der Regionalgruppe
Polyprint GmbH	Anbieter individueller Kommunikationslösungen. Die GmbH ist inhabergeführt und regional ausgerichtet. Auf ihrer Webseite spricht sie sich für Verantwortung für Mitarbeitende, Mitwelt, Markt und das Gemeinwohl aus. Spezifisch bedeutet das: Partnerschaften mit sozialen Einrichtungen, eine ausgeprägte Mitarbeitenden-Orientierung und die langfristige Zusammenarbeit mit Dienstleister*innen und Lieferant*innen. Mitarbeiter*innen nehmen regelmäßig an Qualifizierungsmaßnahmen teil und sind zum größten Teil mehr als drei Jahre Teil des Teams.
Rico Philipp	aktives Mitglied der Regionalgruppe
Rundfunk ARD ZDF	Verpflichtend. Wir sind generell nicht begeistert von Dingen, die unter Zwang stattfinden.
Sage GmbH	Softwareunternehmen für Buchhaltungsprozesse von Klein- und mittelständischen Unternehmen. Mit der Sage Foundation setzt sich das Unternehmen für sozialen Wandel ein, indem mehr als 1000 gemeinnützige Organisationen unterstützt werden. Es wird viel Wert auf Diversität und Vielfalt in der Unternehmenskultur gelegt – sowohl bei den Mitarbeitenden als auch bei der Auswahl der Kunden.
Sonnendruck	Gemeinwohl-bilanziert

Lieferant*innen	Bemerkung
Steffen Media GmbH	Druckerei, die klimaneutrales Drucken möglich macht.
Thinkfarm e.V.	Gemeinwohl-bilanziert
Tobias Daur	Gemeinwohl-bilanziert
UnternehmensSinn Uloth	Gemeinwohl-bilanziert
Verwaltungs-BG	Verpflichtend.
Wechange eG	Wandel gemeinsam gestalten. Ob Initiative, Organisation oder Netzwerk – WECHANGE bietet Tools zur Online-Zusammenarbeit. Die WECHANGE-Plattform versteht sich als Gemeingut und hat ein solidarisches Preismodell.

MENSCHENWÜRDE IN DER ZULIEFERKETTE

A1

Der Bezug von Waren und Dienstleistungen bezieht sich in der Regel auf Büro, Reise- und Werbemittel. Bei der Beschaffung wird darauf geachtet, dass bei Organisationen idealerweise eine Gemeinwohl-Orientierung besteht und Verletzungen der Menschenwürde ausgeschlossen werden. Bisher ist uns kein Fall der Verletzung bekannt, sollte dieses bekannt werden, würden wir umgehend andere Anbietende recherchieren und auswählen.

Die Einschätzung für die Auswahl der Lieferant*innen basiert derzeit auf der individuellen Einschätzung der Menschen (je Ausgabensumme in Absprache auf dem Plenum und im Vorstand), die den Bestellvorgang auslösen. Einheitliche Kriterien durch den Verein und eine Überprüfung bzw. Evaluierung finden derzeit nicht statt, Zertifikate wurden nicht systematisch ermittelt. So wird aber beispielsweise darauf geachtet, dass Getränke und Essen für die Plenumsversorgung mindestens ein Fair-Trade-Logo tragen, die Sachen gerettet wurden und/oder von den Plenumsteilnehmenden privat mitgebracht wurden. Der gemeinsame Einkauf hat bei den Textilien ebenfalls auf das Fair-Trade-Logo geachtet. Nach Möglichkeit wird versucht als Erst-Option immer bilanzierte GWÖ-Unternehmen zu wählen.

Verbesserungspotenziale/Ziele

- ▶ Es wird angestrebt den Einkauf zu evaluieren und die Einhaltung des Beschaffungskataloges unabhängig von der GWÖ-Bilanzierung zu überprüfen.
- ▶ Alle Nicht-GWÖ-Unternehmen in Bezug auf die GWÖ anschreiben und eine Bilanzierung empfehlen.

Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Für die wesentlichen Lieferanten – Dienstleister wie etwa Grafiker*innen, Vermieter*in und Druckereien – kann eine Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette ausgeschlossen werden.

Basislinie	erste Schritte	fortgeschritten	erfahren	vorbildlich
●	●	●	● 4/5	●
●	●	●	● 5	●

A1 Negativaspekt



Gemeinwohl-Bilanz
Kompakt 5.0

Selbsteinschätzung

Auditor*in

A2

**SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT
IN DER ZULIEFERKETTE**

Aktuell basiert die Einschätzung unserer Dienstleistenden hinsichtlich eines fairen und solidarischen Umgangs mit ihren Lieferant*innen auf persönlichen Einschätzungen der bestellenden Menschen. Teilweise sind die Dienstleistenden persönlich bekannt. Weitere Informationen ergaben sich aus Mitglieder-Recherche. Der Zeitraum der Bezahlung von Rechnungen ist absolut vorbildlich. Lieferant*innen erhalten i.d.R. einen Zahlungseingang von 1–2 Tagen. Aus unserer Sicht ist dies einer der Punkte, an denen wir die Solidarität gegenüber den Lieferant*innen zum Ausdruck bringen können. Darüber hinaus verhandeln wir keine Angebotspreise. Wir sind davon überzeugt, dass unsere Lieferant*innen sich bewusst einschätzen können und uns teilweise sowieso schon preislich entgegenkommen. Es wird der kleine Einzelhandel unterstützt und keine großen Ketten und/oder Warenhäuser.

Verbesserungspotenziale/Ziele

- ▶ Es wird angestrebt den Einkauf zu evaluieren und die Einhaltung des Beschaffungskataloges unabhängig von der GWÖ-Bilanzierung zu überprüfen.

A2 Negativaspekt

Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Für die wesentlichen Lieferant*innen – Dienstleistende wie etwa Grafiker*innen, Vermieter*in und Druckereien – kann eine Verletzung von Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette ausgeschlossen werden.



Gemeinwohl-Bilanz
Kompakt 5.0

	Basislinie	erste Schritte	fortgeschritten	erfahren	vorbildlich
Selbsteinschätzung	●	●	●	● 5	●
Auditor*in	●	●	● 3	●	●

**ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT
IN DER ZULIEFERKETTE**

Die Auswahl wurde durch die Bestellenden selbst getroffen und meist unter den Mitgliedern breiter abgestimmt. Die Gründe dafür waren die Ausgabenhöhe (je höher die Ausgabe, desto mehr Beteiligung) und bereits bekannte Lieferant*innen. Wenn für Waren keine Lieferant*innen bekannt waren, wurde unter Mitglieder eine Empfehlung eingeholt. Alle Lebensmittel die eingekauft und angeboten werden (sowohl auf internen Plena sowie auf externen Veranstaltungen) tragen ein hochwertiges Bio-Label oder wurden in Läden eingekauft bei denen auf eine hohe Vorprüfung der Produkte vertraut wird, z. B. Original Unverpackt, vegane Pampe e.V. – diese sind nicht in der Liste aufgeführt, da der Einkauf von Mitgliedern privat getätigt wurden und dann die Ausgaben per Überweisung erstattet wurden.

Verbesserungspotenziale/Ziele

- ▶ Es wurden keine Verbesserungspotenziale/Ziele identifiziert.

Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Für die wesentlichen Lieferant*innen – Dienstleistende wie etwa Grafiker*innen, Vermieter*in und Druckereien – können besonders schädliche Umweltwirkungen ausgeschlossen werden.

A3

A3 Negativaspekt



Gemeinwohl-Bilanz
Kompakt 5.0

	Basislinie	erste Schritte	fortgeschritten	erfahren	vorbildlich
Selbsteinschätzung	●	●	●	● 5	●
Auditor*in	●	●	●	● 4	●

A4

Neben der engen Zusammenarbeit in der Lieferkette, bot der Heldenmarkt im Berichtszeitraum die Möglichkeit überregionale Kooperationen, z. B. mit der BKK Pro Vita zu knüpfen.

TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG IN DER ZULIEFERKETTE

Herauszustellen ist hierbei die Zusammenarbeit mit dem GWÖ-bilanzierten Unternehmen Forum Futura, das den Heldenmarkt anbietet und durchführt. In einer sehr engen Kooperation wurde ein Gemeinschaftsstand ins Leben gerufen und die GWÖ wurde intensiv in das Programm und Programmheft integriert. Dabei wurden Erkenntnisse und Ergebnisse ins Plenum zurückgegeben, im GWÖ-Wiki für alle transparent gemacht und eventuelle Anpassungen vorgenommen. Auch die Tischlerei Abitare bringt sich als Mitglied aktiv in die Mitgliedsversammlungen ein. Abitare war auf dem Heldenmarkt unser direkter Nachbarstand und hat Bauteile unseres Messestandes handwerklich gestaltet und entworfen, zum Heldenmarkt geliefert und zusammengebaut.

Zum Teil sind die Lieferant*innen Mitwirkende in unseren Arbeitsgruppen und haben somit einen großen Einfluss in puncto Transparenz und Mitbestimmung. Auch beim Gemeinsamen Einkauf konnten wir als Regionalgruppe mitbestimmen, unsere Rückmeldung geben und die Lieferkette einsehen.

Bei der Auswahl der Lieferant*innen achten wir darauf mit GWÖ-bilanzierten oder gemeinwohl-orientierten Unternehmen zusammenzuarbeiten. Wir haben aber (noch) keine strengen Ausschlusskriterien oder eine systematische Evaluation der Lieferketten unserer Lieferant*innen und daher keinen genauen Überblick, wie sie wiederum mit ihren Lieferant*innen umgehen.

Verbesserungspotenziale/Ziele

- ▶ Um in Zukunft besser Bescheid zu wissen wie die Lieferketten unserer Lieferant*innen aussehen und auch um Möglichkeiten der positiven Einflussnahme zu finden, stellen wir uns vor, mit allen unseren Lieferant*innen zu sprechen. So können wir Praktiken des gemeinwohl-orientierten Wirtschaftens gemeinsam etablieren.



Gemeinwohl-Bilanz
Kompakt 5.0

	Basislinie	erste Schritte	fortgeschritten	erfahren	vorbildlich
Selbsteinschätzung	●	●	●	● 6	●
Auditor*in	●	●	● 3	●	●

AUS DEM GWÖ-ARBEITSHANDBUCH

EIGENTÜMER*INNEN UND FINANZPARTNER*INNEN



*Die Eigentümer*innen eines Unternehmens 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.*



B1

ETHISCHE HALTUNG IM UMGANG MIT GELDMITTELN

Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden überlegt?

Als gemeinnütziger Verein ist eine Gewinnerzielung nicht beabsichtigt. Überschüsse werden für den in der Satzung vorgesehenen Vereinszweck verwendet. Die erzielten Einnahmen erfolgen aus Mitgliedsbeiträgen und Spenden. Im Jahr 2018 haben wir uns dem Hauptverein Gemeinwohl-Ökonomie Deutschland e.V. angeschlossen. Die Mitgliedsverwaltung läuft über den Deutschlandverein und wir als Zweigverein erhalten 45 Prozent der Beiträge der Mitglieder aus unserem Verein.

Welche Formen und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/oder über Ethikbanken konnten umgesetzt werden?

Wir erhalten unsere Geldmittel aus Mitgliedsbeiträgen und Spenden. Zusätzlich gab es eine Projektfinanzierung durch die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung (DKJS) im Rahmen der Bilanzierung des Schüler*innenunternehmens Berlin Bees an der Emil-Molt-Akademie. Weitere Fundraisingmöglichkeiten wie z. B. Einwerben von Stiftungsgeldern wären möglich, sind aufgrund der begrenzten ehrenamtlichen Zeitrressourcen in den letzten Jahren jedoch nicht genutzt worden.

Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken verringert werden?

Wir haben keine Kredite oder Finanzierungen aufgenommen. Der Verein verfügt über ein Bankguthaben in Höhe von 30.000 €. Dieses Vereinskaptal konnten wir durch Mitgliedsbeiträge, Spenden und einen Überschuss aus einem DBU-Projekt erwirtschaften. Mit Blick auf unsere bisherigen Ausgaben könnte der Verein damit ohne Probleme drei weitere Jahre existieren ohne weitere Einnahmen zu generieren. Da wir aber auf jeden Fall auch weiterhin Mitgliedsbeiträge generieren werden, verlängert sich dieser Zeitraum nochmal.

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

Unsere Kontoführung und unser Vereinsguthaben sind bei der GLS-Bank angelegt. Die GLS ist eine ökologisch und sozial ausgerichtete Genossenschaftsbank. Sie verwendet Geldmittel ausschließlich für ökologische und soziale Projektfinanzierungen.

Im Bereich der Versicherungen hatten wir 2018 und 2019 eine verpflichtende Vereinshaftpflicht bei der Allianz. Seit 2019 haben wir eine D&O Versicherung (Haftungsversicherung für Vorstände) bei der Hiscox SA. Leider gibt es noch keine ethische Versicherung, welche eine Vereinshaftpflichtversicherung anbietet. Wir lassen uns seit Jahren von dem sozial-ökologisch orientierten Versicherungsmakler Cord Würdemann beraten und vertrauen auf seine Einschätzung.

Die Allianz ist als börsennotierte Aktiengesellschaft dem Prinzip der Gewinnmaximierung unterworfen und investiert in Waffen, Lebensmittelspekulation, Kohle- und Atomstrom. Sie ist eindeutig als gesellschaftliches Problem und nicht als Lösung anzusehen. Wir sind sehr froh, dass wir die Betriebshaftpflicht, und somit das Vertragsverhältnis zum 30.03.2020 beendet haben und durch eine Betriebshaftpflicht bei der Hiscox ersetzt haben (siehe auch A Lieferantinnen, Seite 20).

Wir freuen uns über jeden Hinweis auf sozial-ökologisch vertretbare Alternativen!

Verpflichtende Indikatoren



Der durchschnittliche Eigenkapitalanteil bei Vereinen ist uns nicht bekannt (siehe auch <https://gwoe.17plus.org/eigenkapital>).

Verbesserungspotenziale/Ziele

- ▶ Finanzunternehmen anschreiben und eine GWÖ-Bilanzierung empfehlen.
- ▶ Eigenkapitalquote von nahestehenden Vereinen anfragen.



	Basislinie	erste Schritte	fortgeschritten	erfahren	vorbildlich	
Selbsteinschätzung	●	●	●	● 6	●	
Auditor*in	●	●	● 2	●	●	

Gemeinwohl-Bilanz Kompakt 5.0

Selbsteinschätzung

Auditor*in

B2

Welche notwendigen
Zukunftsausgaben konnten
ermittelt werden und wie
weit sind ihre Deckung und
zusätzliche Risikovorsorge
möglich?

**SOZIALE HALTUNG
IM UMGANG MIT GELDMITTELN**

Geplant sind weiterhin Ausgaben für die Öffentlichkeitsarbeit zur Verbreitung der Gemeinwohl-Ökonomie und Konferenzen für alle Berührungsgruppen der GWÖ, z. B. Mitgliedergewinnung und gesellschaftliche Bewusstseinsbildung. Eine Deckung der jeweiligen Kosten wird aus den Mitgliedsbeiträgen, Spenden und Teilnahmebeiträgen erfolgen. Die Zukunftsausgaben beziehen sich hauptsächlich auf Personalkosten. Für 2020 ist sowohl eine Bufdi- als auch eine Halbtagsstelle geplant. Die Gesamtausgaben für 2020 betragen hierfür ungefähr 20.000 € und für 2021 ca. 30–35.000 €. Diese werden durch die Mitgliedseinnahmen und Spenden gedeckt und werden nur erfolgen, wenn ausreichend Spenden eingegangen sind. Außerdem werden wir weiterhin steigende Marketingausgaben haben, diese aber nur über Gegenfinanzierung wie Crowdfunding und weitere Spenden abdecken. Grundsätzlich geben wir nicht mehr aus als wir einnehmen können. Wir werden keine Darlehen aufnehmen.

Da wir bisher kaum Personalkosten hatten, sind die Marketingausgaben von entscheidender Größenordnung. Im Jahr 2019 haben diese mit fast 70 Prozent einen Höhepunkt erreicht. Dabei passen sich die Marketingausgaben sehr stark an die aktuellen Bedürfnisse und Situationen an. Wir sind sehr gut mit Werbemitteln ausgestattet und werden die Hauptkosten eher für Marketingstände haben. Hierzu zählen in erster Linie:

Standkosten (jährlich)		Werbematerialien (jährlich)	
Heldenmarkt	ca. 750 €	Gemeinsamer Einkauf	ca. 1.000 €
Green Market	ca. 500 €	Druckerzeugnisse	ca. 1.000 €
Umweltfestival	ca. 250 €		

Welche Ansprüche stellen
die Eigentümer*innen an
Kapitalerträge mit welcher
Begründung?

Als gemeinnütziger Verein sind wir in erster Linie unseren Mitgliedern rechenschaftspflichtig. Diesen müssen wir einmal im Jahr unsere Mittelverwendung offenlegen. Zusätzlich wird diese auch vom Steuerberater (Era-Tax GmbH) geprüft. Sofern die Mittelverwendung unseren Richtlinien entspricht, werden die Vorstandsmitglieder von der Mitgliederversammlung entlastet.

Verpflichtende Indikatoren

	2018	2019
Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit	40,00 €	1.166,00 €
Gesamtbedarf Zukunftsausgaben 2020 und 2021	60 bis 80 Tsd. €	
Getätigte/r strategischer Aufwand/strategische Ausgaben	entfällt	
Anlagenzugänge	entfällt	
Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn)	keine Entnahme	
Auszuschüttende Kapitalerträge	keine	

Verbesserungspotenziale/Ziele

- ▶ Sofern es möglich ist, unterstützen wird mit nicht verwendeten Geldmitteln befreundete NGOs/Unternehmen in Krisenzeiten.
- ▶ Ausgaben in Schulung der Mitarbeitenden erhöhen

Unfaire Verteilung von Geldmitteln

Da Gewinne nicht ausgeschüttet, sondern ausschließlich für den Vereinszweck verwendet werden und der Verein eine gemeinwohl-orientierte Wirtschaft anstrebt, ist eine faire Verteilung beziehungsweise Ausgabe der Geldmittel gewährleistet.

B2 Negativaspekt

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Verteilung von Geldmitteln trotz stabiler Gewinnlage fair erfolgt?

Basislinie	erste Schritte	fortgeschritten	erfahren	vorbildlich	
●	●	●	●	● 10	Selbsteinschätzung
●	●	● 2	●	●	Auditor*in



B3

Welche Investitionen in eigene Anlagen haben ökologisches Verbesserungspotenzial?

SOZIAL-ÖKOLOGISCHE INVESTITIONEN UND MITTELVERWENDUNG

Da wir hauptsächlich Materialien für Marketing produzieren bzw. drucken lassen, beauftragen wir nur Druckereien, die hohe ökologische Standards bei den notwendigen Materialien erfüllen. Im Büro wird Ökostrom verwendet. Der gebrauchte und als Spende erhaltene Drucker von HP verwendet allerdings herkömmliche Kartuschen, welche keine besonderen ökologischen Standards erfüllen. Sollte es hier sinnvolle Verbesserungsalternativen geben, freuen wir uns über Hinweise und nehmen es gerne als Investitionsziel auf. Dabei sei zu beachten, dass wir weniger als 500 Blatt Papier im Jahr verbrauchen und daher eine Neuanschaffung, um ökologischere Patronen zu verwenden, als unverhältnismäßig ansehen.

Generell ist unsere Haltung gegenüber Neuanschaffungen von dem Bedürfnis geprägt, ressourcenschonend und nachhaltig zu handeln. Weitere Materialien z. B. für die Infostände bzw. Veranstaltungen, wurden demnach aus möglichst ökologischen Materialien gefertigt. So sind unser Rollups aus Holz, welche mit Ökofarben auf einer nachhaltigen Leinwand bedruckt wurden. Teilweise haben wir uns auch dazu entschieden, Materialien selbst per Hand herzustellen. So wurde unter anderem das Transparent für die Demo und das GWÖ Spiel für den Heldenmarkt selbst gebastelt, gemalt und geklebt.

Wir sind Mieter*in in einem Co-Working-Space, haben keine eigenen Anlagen, keine Gebäude, keine Fahrzeuge, usw. und haben somit keine Möglichkeit sozial-ökologische Investitionen zu tätigen.

Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt und welche Förderprogramme können genutzt werden?

Keine

Welche Investitionen wurden/werden konkret vorgenommenen?

Keine

Wir haben andere Vereine und NGOs mit Spenden unterstützt. Die Auflistung ist in E2 zu finden, da wir diese Gelder als Beitrag zur Gesellschaft und nicht als Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte sehen.

In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?

Verpflichtende Indikatoren

Investitionsplan inkl. ökologischer Sanierungsbedarf	keiner
Realisierung der ökologischen Investitionen	keine
Finanzierte Projekte	keine
Fonds-Veranlagungen	keine

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Uns für Vorschläge für sozial-ökologische Investitionen zu öffnen.
- Mittel für einen regionalen CO₂-Ausgleich einplanen, z. B. in Moore in Brandenburg oder den Humusausbau investieren.

Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Ja, das können wir bestätigen, vielmehr regen wir andere dazu an ihr Geschäftsmodell auf nicht ökologische bedenkliche Ressourcen umzustellen.

B3 Negativaspekt

Kann das Unternehmen bestätigen, dass das Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut oder dass zumindest eine mittelfristige Ausstiegstrategie verfolgt wird?

Einschätzung der Regionalgruppe: B3 ist nicht relevant, weil keine Investitionen und Anlagen vorhanden sind.

Basislinie erste Schritte fortgeschritten erfahren vorbildlich



Gemeinwohl-Bilanz Kompakt 5.0

Selbsteinschätzung

Auditor*in

B4

EIGENTUM UND MITENTSCHEIDUNG

Wer sind die Eigentümer*innen, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?

Es gibt keine*n Eigentümer*innen, sondern nur Mitglieder. Diese unterteilen sich in ordentliche stimmberechtigte Mitglieder und nicht stimmberechtigte Fördermitglieder. Stimmberechtigte Mitglieder haben jeweils eine Stimme in einer Mitgliederversammlung, unabhängig welchen Beitrag sie finanziell leisten. Auf den Mitgliederversammlungen sind ca. 10–15 Personen anwesend. Sie können über die Mittelverwendung und die Strategie mitbestimmen. Darüber hinaus können sie Tagesordnungspunkte einbringen, den Vorstand wählen und erhalten Einblick in den Finanz- sowie Tätigkeitsbericht. Außerdem können sie bei Nichteinhaltung der Mittelverwendung für Vereinszwecke den Vorstand in die Haftung nehmen. Die Mitglieder selbst haben keinen Haftungsrisiken.

Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?

In ordentlichen und außerordentlichen Mitgliederversammlungen können die Mitglieder ihre Stimme bei allen Entscheidungen in Bezug auf satzungsgemäße Zwecke und Besetzung des Vorstandes und Kassenprüfendens einbringen. Darüber hinaus besteht jeden Monat die Möglichkeit im Plenum über aktuelle Themen basisdemokratisch zu entscheiden. Die Arbeitsgruppen bieten außerdem auf der operativen Ebene die Möglichkeit der Mitbestimmung und Mitgestaltung. Ausgaben über 400 € werden auf dem Plenum zur Diskussion gestellt, sodass eine Empfehlung für den Vorstand entwickelt werden kann die Ausgabe freizugeben oder nicht. Die Freigabe von Ausgaben über 400 € durch den Vorstand ist in der Satzung festgelegt. Darunter können Mitglieder jedoch selbst über Ausgaben entscheiden.

Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer*innen gesichert und wie wird die neue Gemeinschaft auf diese Aufgaben vorbereitet?

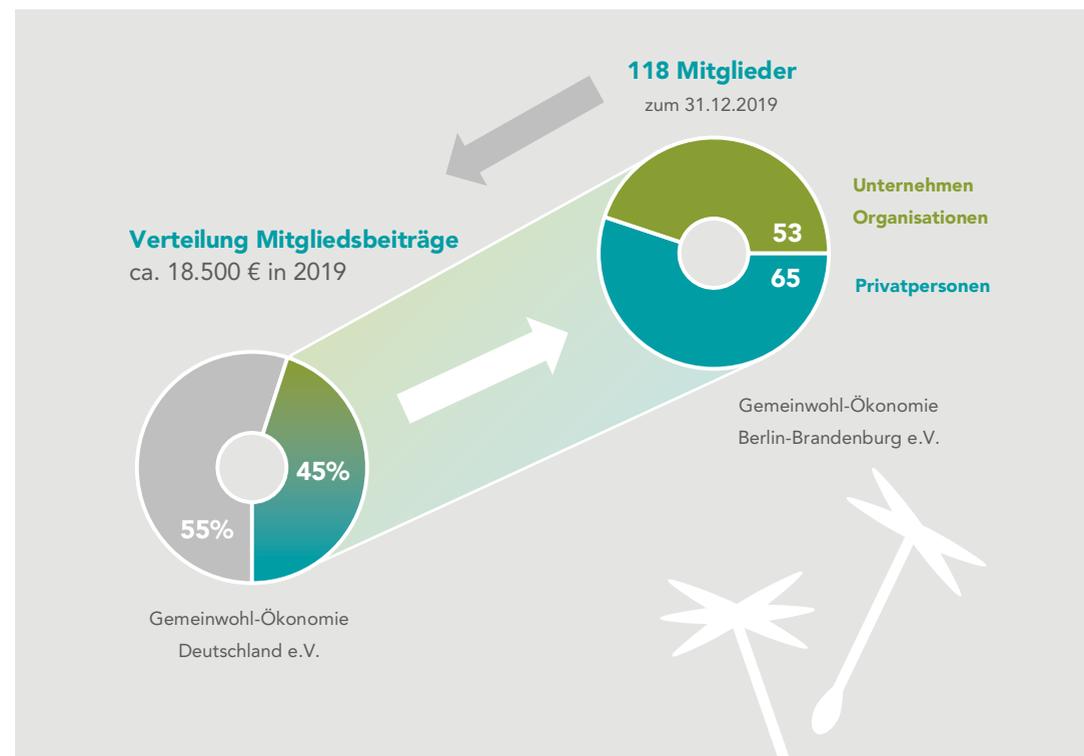
Der Vorstand erstellt einmal im Jahr einen Tätigkeits- sowie einen Finanzbericht. Dieser wird vor der ordentlichen Mitgliederversammlung an alle Mitglieder versendet. Diese können, durch Teilnahme an der Mitgliederversammlung, an den Wahlen und Abstimmungen teilnehmen und selbst auch Anträge zur Abstimmung einbringen. Sie können den Vorstand entlasten oder eine Entlastung verweigern. Außerdem können die Mitglieder eine außerordentliche Mitgliederversammlung (aoM) einberufen, wenn ein Zehntel der stimmberechtigten Mitglieder einer aoM einfordern.

Die Mitgliederanzahl, welche in Relation zu den Mitgliedsbeiträgen beiträgt, ist mit Ausnahme von Sonderfaktoren, in den letzten Jahren moderat ansteigend. Sonderfaktoren waren Gründung von weiteren regionalen Vereinen, weswegen Vereinsmitglieder aus anderen Regionen (außerhalb von Berlin-Brandenburg) in ihren neu gegründeten regionalen Verein gewechselt sind.

Wie hat sich die Eigentümerstruktur in den letzten Jahren entwickelt und wie wird die Veränderung abgesichert?

Verpflichtende Indikatoren

Die Eigenkapitalquote liegt bei 100%. Für bewegungsweite Leistungen werden 55 Prozent der Mitgliedsbeiträge an den Hauptverein, Gemeinwohl-Ökonomie Deutschland e.V., abgeführt.



B4 Negativaspekt

Verbesserungspotenziale/Ziele

- ▶ Quartalsbericht über Ausgaben und Einnahmen öffentlich einsehbar zur Verfügung stellen.
- ▶ Sich mit Quartiermeister über das Open-Bank-Konzept austauschen.

Feindliche Übernahme

Ja. Aufgrund der Tatsache, dass es sich um einen Verein handelt, ist eine feindliche Übernahme nicht möglich. Es könnten sich allerdings theoretisch eine große Anzahl von Mitgliedern zusammenschließen, um Entscheidungen zu beeinflussen bzw. Satzungsänderungen herbeizuführen, welche dem ursprünglichen Anliegen der Gemeinwohl-Ökonomie zuwiderlaufen. Für einfache Änderungen der Satzung sind 50 Prozent + 1 Stimme nötig, bei grundlegenden Satzungsänderungen 2/3 die abgegebenen Stimmen und bei Änderungen des Zwecks 4/5 der Gesamtstimmen. Aus diesem Grund halten wir eine feindliche Übernahme für sehr unwahrscheinlich. Wir selbst haben keine feindlichen Übernahmen durchgeführt und werden so etwas auch nicht machen.

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine feindlichen Übernahmen erfolgt sind?



Gemeinwohl-Bilanz
Kompakt 5.0

	Basislinie	erste Schritte	fortgeschritten	erfahren	vorbildlich
Selbsteinschätzung	●	●	●	●	● 10
Auditor*in	●	●	●	●	● 8

AUS DEM GWÖ-ARBEITSHANDBUCH

MITARBEITENDE

Die Berührungsgruppe C umfasst alle Personen, deren Tätigkeit für das Unternehmen in wesentlichen (= für die Tätigkeiten unbedingt erforderlichen) Teilen im direkten Kontext des Unternehmens (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

MITARBEITENDE AUS VEREINSPERSPEKTIVE

Die Mitarbeitenden in der Berlin-Brandenburg Regionalgruppe waren im Berichtszeitraum ehrenamtlich aktiv. Somit sehen wir alle Aktiven, die sich regelmäßig einbringen, als Mitarbeitende an. Im Berichtszeitraum haben wir viel darüber diskutiert, ab welchem Umfang Aktive als Mitarbeitende gelten. Da die meisten Aktiven ehrenamtlich arbeiten, ist es nicht immer leicht, eine genaue Übersicht darüber zu haben, wie viele Menschen und in welchem Umfang aktiv sind. Es gab keine direkten Anstellungsverhältnisse. Im Zeitraum Januar bis März 2018 war ein Bundesfreiwilliger tätig.

C1

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

Wie kann die Unternehmenskultur im Unternehmen beschrieben werden?

MENSCHENWÜRDE AM ARBEITSPLATZ

Wir arbeiten in der Organisation gänzlich ohne Hierarchien. Unabhängig ob Personen eine AG koordinieren, Vorstand sind, sich nur eine Stunde im Monat engagieren oder viele Stunden aufbringen können, hat die Person gleiche Stimm- und Mitwirkungsrechte. Keine Person ist bei uns in einem Abhängigkeitsverhältnis und alle engagieren sich freiwillig. An dieser Stelle ist auch unbedingt die Selbstorganisation und Selbstverwirklichung der einzelnen Personen zu erwähnen.

Die Mitarbeit in der GWÖ ist intrinsisch motiviert. Wir haben kein klassisches Arbeitgebenden-Arbeitnehmenden-Verhältnis, sondern sind eine Ehrenamtsorganisation, in der die Menschen freiwillig ihre Gedanken und Schaffenskraft einbringen. Sie haben ein inneres Interesse an der Weiterentwicklung einer gemeinwohl-orientierten Gesellschaft und sind bemüht, dies auch durch ihren Umgang miteinander aktiv zu leben. Daraus ergibt sich ein hohes Maß an persönlichem Austausch, gegenseitiger Achtsamkeit und Rücksichtnahme, sowie eine moderierte Kultur des Ausredenlassens und sich Zuhörens.

Durch die ehrenamtliche Tätigkeit der mitwirkenden Menschen entsteht manchmal ein Gefühl, mehr Aufgaben bewerkstelligen zu müssen, als es Zeitressourcen durch Aktive gibt; Stichwort: „Kleiner Finger – ganze Hand“. Daher ermutigt die Regionalgruppe zur Achtsamkeit im Umgang mit den eigenen Zeitressourcen und einer guten Balance in der Selbstorganisation. Wir setzen ein hohes Maß an Abgrenzungsfähigkeit der Mitwirkenden voraus. Dies gilt auch für die verschiedenen Arbeitsgruppen (AGs), die selbstorganisiert und eigenverantwortlich handeln.

Die Regionalgruppe ist dezentral organisiert und es ist den Mitwirkenden überlassen, wie und wo sie sich treffen, beziehungsweise wie und wo sie ihren Aktivitäten nachgehen. Das bedeutet, dass Arbeit im Co-Working Space, im Home-Office oder im Nature-Office stattfindet. Die Seminarräume im Co-Working Space wurden im Berichtszeitraum vor allem für Plenums- und Schnuppertreffen genutzt. Die Plenen waren dabei wichtige Momente des Zusammenkommens für die Gruppe. So endete das Dezemberplenum in einer Feier zum Jahresende mit gemeinsamem Kochen und Essen. Die Schnuppertreffen ermöglichen neu dazukommenden Menschen ein persönliches Kennenlernen der Aktiven.

Erwähnenswert ist, dass es Personen gibt, nämlich Beratende und Vortragende, die als Selbstständige über die GWÖ agieren und diese Arbeit separat vergütet bekommen. Sie berichten darüber in ihren Bilanzen und stellen so an anderer Stelle Transparenz her.

Wir achten untereinander darauf, dass es den Menschen in der Regionalgruppe gut geht und dass sie sich bei den Treffen und im Co-Working Space wohlfühlen. Das zeigt sich zum Beispiel darin, dass Tee, Kaffee und Wasser frei im Co-Working Space zur Verfügung stehen und die Versorgung bei Meetings über die Vereinskasse abgegolten werden kann. Dabei ist es allgemein üblich, frische, gesunde Lebensmittel in Bio-qualität zur Verfügung zu stellen.

Ein Erste-Hilfe-Kasten ist vorhanden und Fluchtwege sind im Büro gekennzeichnet. Wir gehen davon aus, dass Menschen auf Stühlen sitzen können und haben dazu Arbeitsschutzklärungen.

Über Arbeitsschutz wurde bisher noch nicht explizit gesprochen und im Berichtszeitraum wurden keine konkreten Maßnahmen umgesetzt. Es ist jedoch Teil unserer Kultur, sich bei Ankunfts- und Abschlussrunden über das Wohlbefinden aller Anwesenden zu erkundigen und Raum für persönliche Themen zu geben.

Grundsätzlich sind alle Menschen bei uns willkommen. Wir erkennen jedoch an, dass das Mitwirken in der Regionalgruppe mit zeitlichem Aufwand verbunden und daher nicht allen Menschen gleich möglich ist.

Parität in allen Bereichen wird angestrebt. In der Satzung ist eine gleiche Repräsentation von als Frau-identifizierten und als Mann-identifizierten Menschen für den Vorstand als Ziel festgeschrieben. Zu großen Teilen des Berichtszeitraums war dies nicht gegeben, weil sich leider keine Frau zur Wahl gestellt hat. Ab Sommer 2019 haben wir jedoch ein Verhältnis von einer als Frau-identifizierten und zwei als Mann-identifizierten Personen im Vorstand vertreten. Ein ausgeglichenes Verhältnis wird weiterhin angestrebt.

In der Regionalgruppe gibt es Entwicklungspotential für den Gebrauch der einfachen und inklusiven Sprache. Nicht alle Personen der Regionalgruppe sind mit der Verwendung von gendergerechter Sprache vertraut und es ist (noch) nicht vollständig integriert.

Welche Maßnahmen wurden zu betrieblicher Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz umgesetzt und wie werden sie evaluiert?

Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von sowie im Umgang mit Mitarbeitenden und welche Betriebsvereinbarungen bzw. Maßnahmen gibt es bereits?

Es gibt eine Überschneidung zwischen unseren Mitarbeitenden und Kund*innen, daher möchten wir beim Thema Diversität auf Abschnitt D1 verweisen. Für den Berichtszeitraum ist festzuhalten, dass wir altersdivers im Bereich von 25 bis 70 Jahren sind und unsere Gruppe hauptsächlich aus weißen Menschen, mit hohem akademischen Bildungsgrad, bestand (siehe auch Verbesserungspotenziale/Ziele).

Verpflichtende Indikatoren

Ergebnisse einer Erhebung zwischen März und Mai 2020. An dieser Erhebung haben aus unserer Regionalgruppe 17 Menschen teilgenommen.

Durchschnittliche Vereinszugehörigkeit

Minimum
0,1 Jahre

Mittelwert
3,4 Jahre

Maximum
8 Jahre
(Vereinsgründung)

Ehrenamtsstunden pro Monat

Minimum
0,5 Stunden

Mittelwert
25,8 Stunden

Maximum
80 Stunden

Angebot und in Anspruch genommene **Entwicklungsmöglichkeiten** (fachlich und persönlich) in Stunden pro Mitarbeitendem bzw. nach Führungsebene entfällt, da kein festes Arbeitsverhältnis besteht, aber viele nehmen die GWÖ an sich als Entwicklungsmöglichkeit wahr und aus diesem Grund geben wir hier die angegebenen Ehrenamtsstunden pro Monat an.

Durchschnittliche **Karenzdauer von Vätern-/Müttern** in Monaten entfällt

Gesundheits-/Krankenquote

in Abhängigkeit der demographischen Verteilung, Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen

Da die Teilnahme freiwillig ist, wird der Grund des Nicht-Erscheinens nicht hinterfragt und erfasst.

Betriebsunfälle

Anzahl und Ausmaß
Erfreulicher Weise gab es keine Betriebsunfälle.

0

Angebote im Bereich Gesundheit/Diversität

in Anspruch genommene Angebote nach Inhalten und Anzahl der Stunden pro Mitarbeitender Person

Es gab keine Angebote in diesem Bereich.

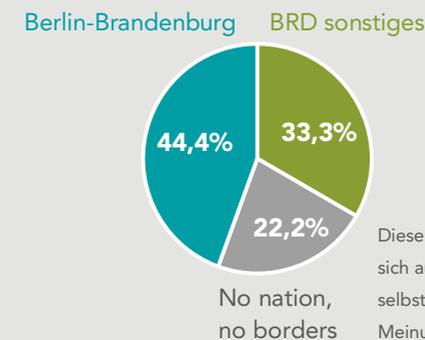
Demografische Verteilung der Mitarbeitenden des Vereins im Hinblick auf Dimensionen der Diversität



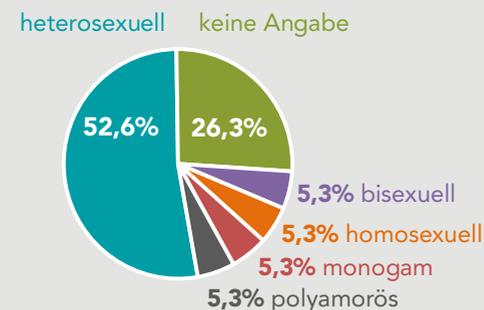
Geschlecht



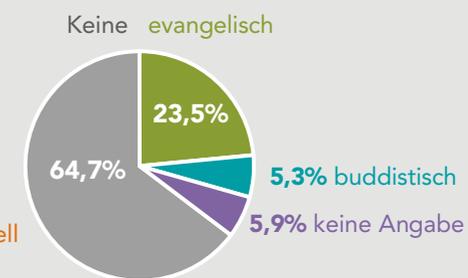
Ethnie



Sexuelle Orientierung



Religion



C1 Negativaspekt

Verbesserungspotenziale/Ziele

- ▶ Arbeitsschutzangebote (vor Allem im Bereich Burn-out und Stressprävention) entwickeln und anbieten
- ▶ Konzept für ein aktiveres Gesundheitsmanagement entwickeln
- ▶ Ehrenamts-Stunden erfassen, um ein besseres Verständnis für die Lebensrealität der Mitwirkenden zu bekommen (Stichwort: „Work-Life“ Balance)
- ▶ Parität und Diversität aktiv ausweiten, zum Beispiel indem wir in Stellenausschreibungen explizit POC sowie Menschen mit Migrationshintergrund und Assistenzbedarf ansprechen oder durch Diversitäts-Workshops zur Weiterbildung der Mitwirkenden.
- ▶ Den Bildungsgrad der Mitwirkenden erfragen
- ▶ Genauere Erhebung der ethnischen Zugehörigkeit der Teilnehmenden
- ▶ Durchführen von Workshops (z. B. kritische Männlichkeit, gendergerechte oder gewaltfreie Kommunikation)
- ▶ Mehr zusammen feiern

Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Wir können bestätigen, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen.



Gemeinwohl-Bilanz
Kompakt 5.0

	Basislinie	erste Schritte	fortgeschritten	erfahren	vorbildlich
Selbsteinschätzung	●	●	● 3	●	●
Auditor*in	●	●	● 2	●	●

AUSGESTALTUNG DER ARBEITSVERTRÄGE

Im Berichtszeitraum gab es keine von der Regionalgruppe schriftlich geregelten Arbeitsverhältnisse. Einzig das Ehrenamt des Bundesfreiwilligen war schriftlich vertraglich geregelt, jedoch wurde der Vertrag durch den Träger des Bundesfreiwilligendienst (BUND e.V.), bei dem wir als Einsatzstelle gelistet sind, aufgesetzt. Die Gesamtkosten betragen 360 €. Es bestehen mündliche, informelle Vereinbarungen zwischen den ehrenamtlich tätigen Mitgliedern und der Regionalgruppe.

Als Ehrenamtsorganisation stellen wir nicht sicher, dass allen Mitarbeitenden ein lebenswürdiger Verdienst zusteht. Dieser wird durch die jeweiligen Arbeitgeber*innen beziehungsweise die Selbstständigkeit oder durch andere Lebensunterhaltungsmaßnahmen der Aktiven gedeckt. Diese sind individuell verschieden und außerhalb des Rahmens dieses Berichts. Im Berichtszeitraum wurde nur die Tätigkeit des Bundesfreiwilligen vergütet. Das Taschengeld wird durch den Träger bzw. durch den Staat festgesetzt (<https://gwoe.17plus.org/bfd>).

Da die Mitwirkenden ihren Verdienst nicht über die Regionalgruppe beziehen, sind die Möglichkeiten sehr limitiert. Es gibt jedoch Handlungsspielräume. So hat der Vorstand im Berichtszeitraum auf seine Ehrenamtspauschale verzichtet. Außerdem werden Auslagen wie Reise- und Übernachtungskosten vom Verein übernommen, wenn die Person von der Regionalgruppe delegiert wird an einer Veranstaltung teilzunehmen.

Da es keine Soll-Arbeitszeiten gibt, werden Überstunden nicht erfasst. Die Personen erfassen, kontrollieren und werten ihr Arbeitspensum selbstbestimmt aus. Wir erkennen an, dass die eingebrachten Arbeitsstunden einen erheblichen Einfluss auf den Erfolg unseres Vereins haben. Die Arbeitslasten werden auf freiwilliger Basis verteilt. Menschen mit mehr zeitlicher Kapazität, übernehmen daher regelmäßig mehr Arbeit als Menschen mit weniger zeitlicher Kapazität. Daraus ergibt sich, dass das Monatspensum zwischen Aktiven von 0,5 bis 80 Stunden im Monat variiert (laut Erhebung im Frühling 2020). Außerdem merken wir an, dass die zusätzliche Arbeitsbelastung durch das Ehrenamt in der GWÖ Regionalgruppe ernst zu nehmen ist und möchten eine offene Diskussion darüber führen, wie viel Ehrenamt für die Mitarbeitenden vertraglich ist.

C2

Wie können unsere Arbeitsverträge an individuelle Bedürfnisse angepasst und gleichzeitig solidarisch und gerecht gestaltet werden?

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?

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?

Als gemeinwohl-orientierte und gemeinnützige Organisation mit basis-demokratischen Strukturen und dem Ziel den sozial-ökologischen Wandel voranzubringen, verstehen wir uns als Möglichkeit gesellschaftlicher Teilhabe.

Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen? Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?

Jede aktiv mitwirkende Person kann selbst entscheiden wie viel Arbeitszeit sie einbringen möchte. Das Arbeitsmodell ist daher von freiwilligem Engagement bestimmt. Die Mitwirkenden müssen dabei selbst darauf achten, sich nicht mit Aufgaben zu übernehmen. Es ist daher sehr wichtig, seine eigenen Grenzen zu kennen. Personen, die ihre Grenzen kommunizieren, wird meist mit Verständnis begegnet. Gleichzeitig achten wir aber auch aufeinander und hinterfragen, wenn andere gefühlt an Kapazitätsgrenzen kommen.

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

Laut der Erhebung vom Frühling 2020 sind 54,5 Prozent der Antwortenden der Meinung, dass ihr Engagement bei der GWÖ „life“ ist, während 45,5 Prozent der Antwortenden angaben, dass sie ihre Tätigkeit bei der GWÖ als „work“ verstehen. Diese unterschiedlichen Positionen der Gruppe und die Tatsache, dass sich sechs Personen bei dieser Frage enthielten lassen darauf schließen, dass die Frage nach der Work-Life Balance Diskussionsbedarf in unserer Gruppe aufwirft (siehe Verbesserungspotential).

Verpflichtende Indikatoren

Höchst- und Mindestverdienst
innerbetriebliche Spreizung

Ehrenamtliche
0:0

Bundesfreiwillige
1:1

Medianverdienst
entfällt

Standortabhängiger lebenswürdiger Verdienst
für alle Betriebsstandorte

1.330 € Netto
bei 35 Stunden für Berlin
laut GWÖ

Tatsächlich geleistete
Überstunden

entfällt

Unternehmensweit definierte
Wochenarbeitszeit

selbstbestimmt

Ehrenamtsstunden
Im Berichtszeitraum

8.805 Stunden

Verbesserungspotential/Ziele

- ▶ Gemeinsam in der Gruppe reflektieren inwiefern unser Engagement „Work“ oder „Life“ ist. (Geplant für das Plenum im Oktober/November 2020) und wie viel Ehrenamt für die Mitarbeitenden verträglich ist.
- ▶ Eine Professionalisierung unseres Ehrenamts durch eine bezahlte Stelle für die Ehrenamtskoordination ist für 2020 geplant.

Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Wir können bestätigen, dass die Mitarbeitenden nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet werden.



C2 Negativaspekt

Einschätzung der Regionalgruppe:
C2 ist nicht relevant, weil keine Investitionen und Anlagen vorhanden sind.



C3

ÖKOLOGISCHES VERHALTEN DER MITARBEITENDEN

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

Wir sind bestrebt als Regionalgruppe die Werte der Gemeinwohl-Ökonomie zu leben und achten dabei in unseren Handlungsweisen als Mitwirkende stets darauf so ökologisch nachhaltig wie möglich zu handeln.

Welchen Wert legen das Unternehmen und die Mitarbeitenden auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz?

Nicht selten unterstützen wir uns gegenseitig mit Informationen zu Möglichkeiten eines 'plastikfreien' Lebens oder tauschen uns über weitere Möglichkeiten ökologischer Handlungsweisen aus.

Wir legen großen Wert darauf ökologisch-regionale Lebensmittel am Arbeitsplatz zu konsumieren. Bei der Mittagsversorgung während des gemeinsamen Arbeitens im Co-Working Space besteht die Möglichkeit zu kochen, da ein Kühlschrank, Mikrowelle und Backofen vorhanden sind. Bei gemeinsamen Malzeiten wird ausschließlich vegetarisch gegessen und darauf geachtet, biologisch angebaute und regionale Produkte zu essen. Teilweise werden gerettete Speisen, die diesem Anspruch nicht genügen, mitgebracht. Da sie aber Lebensmittelverschwendung verhindern, sehen wir es dennoch als ökologisch verträglich an. Bei einem Interview mit dem lokalen Lebensmittelladen, durch den wir unsere Büroversorgung decken, erfuhren wir, dass die erhöhte Nachfrage nach Bio-Produkte, unter anderem von uns, dazu führt, dass das Angebot ökologisch-regionaler Lebensmittel wächst.

Welche Verkehrsmittel benutzen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?

Hauptsächlich werden umweltfreundliche Fortbewegungsmittel wie Fuß, Fahrrad und ÖPNV genutzt. Motorisierter Individualverkehr wird nur sehr selten in Anspruch genommen.

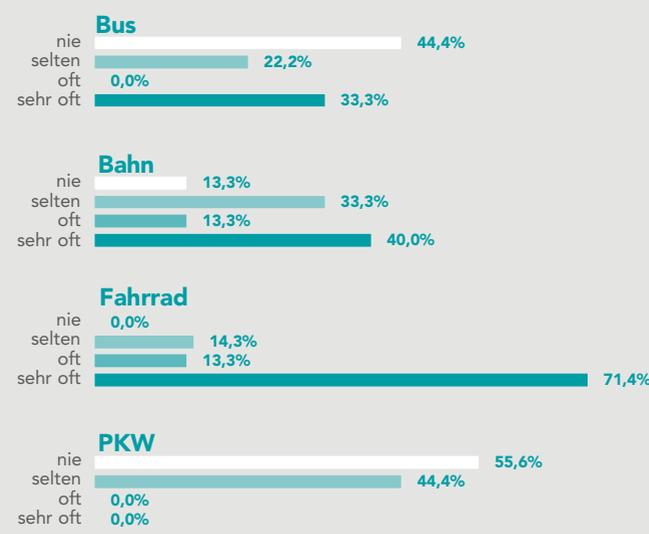
Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden? Gibt es Weiterbildungsangebote?

Im Berichtszeitraum gab es keine konkreten Weiterbildungsangebote. Durch personelle Überschneidung zu NGOs wie Ernährungsrat oder SoLaWis, haben wir glücklicherweise Expert*innen in der Regionalgruppe, die für eine intensive Auseinandersetzung mit unserem ökologischen Verhalten sorgen. Generell zieht die Idee der Gemeinwohl-Ökonomie Menschen mit ausgeprägtem ökologischem Bewusstsein an, sodass wir oft gemeinsam unser Verhalten reflektieren.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Anreise

mit PKW, öffentlichen Verkehrsmitteln, Rad bzw. zu Fuß



Nutzungsgrad des ökologischen Betriebsangebot der Mitarbeitenden

Im Berichtszeitraum gab es keine konkreten Weiterbildungsangebote.

Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft

nahezu **100 %**



Dienste wie Fahrrad-, Car- und Roller-Sharing werden nicht genutzt.

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Konkrete Weiterbildungsangebote aufsetzen

Anleitung zu Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens

Wir können bestätigen, dass in der Regionalgruppe weder Verschwendung von Ressourcen gefördert noch unökologisches Verhalten geduldet wird.

C3 Negativaspekt

Basislinie	erste Schritte	fortgeschritten	erfahren	vorbildlich	
●	●	●	● 5	●	Gemeinwohl-Bilanz Kompakt 5.0
●	●	●	● 7	●	Selbsteinschätzung
					Auditor*in



C4

INNERBETRIEBLICHE MITENTSCHEIDUNG UND TRANSPARENZ

Welche wesentlichen/kritischen Daten sind für die Mitarbeitenden leicht zugänglich?

Der Vorstand greift gemeinsam auf einen Ordner zu, in dem alle Daten mit Bezug zu Mitgliederverwaltung und Finanzen liegen, die aus DSGVO-Gründen nicht öffentlich gestellt werden können, da er persönliche Daten der Mitglieder und Zahlungspartner enthält.

Wir nutzen unser Wiki um Protokolle zu sammeln. Alle AGs werden dazu angeregt die Protokolle dort zu hinterlegen, jedoch wurde das Archiv im Berichtszeitraum nicht immer regelmäßig gepflegt. Alle Termine sind für alle Menschen offen, stehen auf unserer Webseite und werden über verschiedene Soziale Medien geteilt.

Zu den monatlichen Plenen sind alle Aktiven eingeladen. Dort berichten die AGs von ihren Aktivitäten.

Wie werden Führungskräfte ausgewählt, evaluiert und abgesetzt? Von wem?

In 2018 haben wir ein 3-monatiges rollierendes System der Koordination der Regionalgruppe eingeführt, sodass alle drei Monate eine andere Person diese Rolle übernimmt. Die AGs entscheiden autark und individuell über ihre Koordination. In der jährlichen Mitgliederversammlung wurde mittels systemischen Konsensierens im Sommer 2019 über den Vorstand entschieden. Zuständigkeiten werden nicht unbedingt nach Eignungen, sondern oftmals nach zeitlicher Kapazität vergeben.

Welche wesentlichen Entscheidungen können die Mitarbeitenden mehrheitsdemokratisch oder konsensual mitbestimmen?

Auf den monatlichen Plenen wurden alle wesentlichen Entscheidungen gemeinsam und weitestgehend basis-demokratisch getroffen. Wenn ein Konsens nicht möglich war, wurde die Methode der Widerstandsmessung angewandt.

Welche Erfahrungen wurden bisher mit mehr Transparenz und Mitbestimmung gemacht?

Im Berichtszeitraum wurden durch den hohen Grad der Mitbestimmung sehr gute Ergebnisse erzielt, die mehrheitlich getragen wurden. Jedoch gab es manchmal mühsame und lang andauernde Diskussionen.

In der Transparenz erlebten wir die Schwierigkeit Informationen im Wiki gewissenhaft zu pflegen und sorgten uns gelegentlich über eine Überforderung an Informationen, vor allem für neue Mitglieder.

Im Berichtszeitraum wurde keine Führungskraft abgesetzt und der Vorstand in der Mitgliederversammlung bestätigt bzw. neu besetzt. Ausscheidende Vorstände sind aus verschiedenen Gründen freiwillig nicht wieder zur Wahl angetreten.

Wie ist es mit der Absetzung von Führungskräften?

Verpflichtende Indikatoren

Datentransparenz Einschätzung des Transparenzgrads bei kritischen und wesentlichen Daten	Führungskräfte Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden	Entscheidungen Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden
Auf Anfrage und unter Berücksichtigung der DSGVO	Vorstand über Mitgliederversammlung	Im Plenum der Regionalgruppe
100 %	100 %	100 %
Protokolle des Regionalgruppen-Plenums	Arbeitsgruppen durch die jeweilige Arbeitsgruppe	
100 %	100 %	
Bei einigen Arbeitsgruppen unterschiedlich	Bufo-Stellen über Plenum	
	100 %	



C4 Negativaspekt

Verbesserungspotenziale/Ziele

- ▶ Ein Erinnerungssystem zum Pflegen des Wikis erarbeiten und etablieren
- ▶ Bei schwierigen Entscheidungsprozessen öfter auf die Methode des systemischen Konsensierens zurückgreifen.
- ▶ Weiterbildungen zum Thema systemisches Konsensieren und soziokratische Kreismoderation
- ▶ Ein Onboarding-Prozess für neue Mitglieder, der hilft sich in der Regionalgruppe zurechtzufinden
- ▶ Weiterbildung der Mitarbeitenden in Kompetenzen des Moderierens und systemischen Konsensierens.
- ▶ Es wird angestrebt die Abstimmungs- und Entscheidungsstrukturen in den Blick zu nehmen, um klarer Kriterien herauszuarbeiten, die dann die selbstorganisierten Projekte leiten.
- ▶ Langfristig ist es der Regionalgruppe wichtig nicht nur über das Wiki Transparenz herzustellen, sondern auch die Strukturen des Plenums zu hinterfragen, um sicherzustellen, dass Aktive sich einerseits aktiv über das Wiki informieren können, aber Informationen, die die strategische Ausrichtung der Regionalgruppe betreffen, auch in den Meetings gut aufbereitet zur Verfügung gestellt und frühzeitig diskutiert und besprochen werden können. Es gilt eine gute Balance zwischen 'Holen und Bringen von Informationen' zu gewährleisten.
- ▶ Es wäre zu überlegen, wie die Rechte der Mitarbeitenden gegenüber den Mitgliedern gestärkt werden könnten. Aussagen der Mitarbeitenden dazu wären hilfreich um die Transparenz auch qualitativ beurteilen zu können.

Verhinderung des Betriebsrates

Es liegt keine Verhinderung des Betriebsrates vor.



Gemeinwohl-Bilanz
Kompakt 5.0

	Basislinie	erste Schritte	fortgeschritten	erfahren	vorbildlich
Selbsteinschätzung	●	●	●	●	● 9
Auditor*in	●	●	●	●	● 8

AUS DEM GWÖ-ARBEITSHANDBUCH

KUND*INNEN UND MITUNTERNEHMEN

Unter der Berührungsgruppe der Kund*innen sind die Zielgruppen des Unternehmens 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 Mitunternehmer sind in erster Linie jene Unternehmen, die mit ihrem Angebot dieselbe (regionale) Zielgruppe ansprechen. Darüber hinaus wird auch das Verhalten gegenüber sowie der Umgang mit Unternehmen anderer Branchen bzw. anderer Regionen beleuchtet.



KUND*INNEN AUS VEREINSPERSPEKTIVE

Wir möchten mit den Fragen „wer sind eigentlich unsere Kund*innen“ und „was ist unser Angebot?“ beginnen. Für eine NGO, die weder Produkte noch Dienstleistungen verkauft, sind diese Fragen gar nicht so einfach zu beantworten. Hinzu kommt unser Wirken hin zum Wandel in der Gesellschaft und Wirtschaft. Somit ist unsere Zielgruppe sehr breitgefächert:

-  Unternehmer*innen
-  Mitarbeitende in den Unternehmen
-  unsere Mitarbeitenden (freiwillig Aktive – siehe C)
-  Politiker*innen
-  Bürger*innen
-  Organisationen
-  Mitglieder aus Berlin-Brandenburg



Unsere Angebote orientieren sich an unserer Satzung und umfassen folgende Aspekte:

-  Bildungsangebote (Workshops, Schulbesuche, usw.)
-  Veranstaltungen & Konferenzen
-  Vorträge zur GWÖ im Speziellen und der Wirtschaftsthematik im Allgemeinen
-  Informationen zu einem alternativen Wirtschaftsmodell
-  Wirtschaftskonvente
-  Wissensvermittlung
-  Möglichkeit für Austausch mit Gleichgesinnten
-  Netzwerk für den ökologisch-sozialen Wandel

ETHISCHE KUNDENBEZIEHUNG

Wir gewinnen unsere Kunden durch unterschiedliche und breitgefächerte Aktivitäten. So haben wir beispielsweise monatliche Einführungsangebote (Schnupperabend, Meet ups), einen Newsletter der 4–10x im Jahr versendet wird und sind auch regelmäßig auf Messen und Veranstaltungen mit einem Stand vertreten (Umweltfestival, Green World Tour, Heldenmarkt, Taz Lab, u.a.) und wagen uns auch an kleinere (Panel-Diskussionen, Interviews, u.a.) und größere Veranstaltungen (Regionalkonferenzen erstmals 2020) heran. Durch den gemeinsamen Einkauf sowie selbsterstellte Werbematerialien haben wir eine breite Auswahl an Flyern, Handzettel, Give-aways, usw.

Selbstverständlich haben wir auch eine Onlinepräsenz. Unsere Website hat im Berichtszeitraum einen kompletten Relaunch erfahren und wird stets aktuell gehalten. Dieses Angebot wird mit einem social media Account bei Facebook ergänzt.

Unsere Pressearbeit wurde ebenfalls intensiviert. Wir haben einen eigenen kleinen Verteiler erstellt und auf unsere Presse-Highlights hingewiesen. Dies waren zwei Pressekonferenzen mit neu- oder rebilanzierten Unternehmen auf dem Heldenmarkt und bei unserem Kooperationspartner Förderverein für ökologischen Landbau (FÖL).

Durch Kooperationen beispielsweise mit Unternehmensgrün, Fairbindung, Send e.V., FÖL, ... versuchen wir unsere Reichweite zu erweitern, machen unsere Aktiven & Mitglieder auf unsere Kooperationen aufmerksam und sind stets daran interessiert eine gegenseitige Bereicherung zu erzielen.

Bei all den erwähnten Punkten darf der Faktor der persönlichen Netzwerkarbeit nicht außer Acht gelassen werden. Viele unserer Aktiven sind auf Veranstaltungen und anderen Treffen unterwegs und bringen dort immer wieder die Aspekte der GWÖ mit ein und tragen somit aktiv zur Verbreitung bei.

Bei der Stammkundenbetreuung geht es darum unsere privaten sowie unternehmerisch tätigen Mitglieder zu informieren, einzubinden und uns nach ihren Bedürfnissen zu erkundigen sowie auf diese einzugehen.

D1

Wie werden neue Kund*innen gewonnen und wie Stammkund*innen betreut?

Dies spiegelt sich in folgenden Aktivitäten wieder:



Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kundennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?

Als gemeinnützige Organisation haben wir kein Umsatzbestreben. Unser Eigennutz besteht darin den Gedanken und die Grundsätze der Gemeinwohl-Ökonomie zu verbreiten. Somit ist unser Eigennutz auch ein Nutzen für die Gesellschaft.

Unsere Angebote sind in der Regel kostenfrei oder maximal auf Selbstkostenbasis. Bei einer Kostenbeteiligung gibt es eine Staffelung, meist auf Basis der finanziellen Möglichkeiten und ohne Angaben von Gründen. Ein Satz aus der Regionalkonferenz aus dem Jahr 2020 lautete: „Persönliche Teilnahme ist wichtiger als finanzieller Ertrag.“ Dieses ist bei uns gelebter Alltag. Es ist uns deutlich wichtiger, dass Menschen teilnehmen und etwas beitragen, anstatt unsere Kasse anwachsen zu sehen.

Wir wenden uns allen Anspruchsgruppen gleichermaßen zu und geben Unternehmen und Organisationen keine Sonderstellung, obwohl diese aus Sicht der Mitgliedsbeiträge die lukrativeren Mitglieder wären.

Außerdem stehen alle GWÖ-Materialien auf der Webseite frei zur Verfügung und wir weisen an verschiedenen Stellen aktiv darauf hin, sie zu nutzen und weiter zu verbreiten.

Wir richten unsere Kommunikation und Außenauftritte an alle Menschen gleich. Im Zuge dieser Bilanzierung haben wir uns allerdings verstärkt Gedanken gemacht, welche Kund*innen-gruppen einen erschwerten Zugang zu unseren Angeboten haben. Hierzu zählen:

Menschen mit körperlichem Assistenzbedarf

Unser Büro in der Glogauer Straße ist barrierefrei. Die Messen auf denen wir stehen, sind ebenfalls barrierefrei zugänglich. Gebärdensprache wird bisher nicht angeboten. Eine Umsetzung ist auch anspruchsvoll und wurde noch nicht diskutiert.

Nicht-Muttersprachler*innen

Unsere Webseite, Flyer, Veranstaltungen, Plenen usw. sind alle in deutscher Sprache. Die GWÖ ist an sich überregional tätig und es finden sich auf der übergeordneten Internetseite Texte in diversen Sprachen. Als Person, die nicht fließend Deutsch spricht, ist es allerdings schwierig in der Regionalgruppe teilzunehmen. Bisher ist keine Möglichkeiten der Flüsterübersetzung eingeführt worden. Dies könnte bei Bedarf allerdings erfolgen.

Menschen die einfache Sprache verwenden

Ein Konzept für Infomaterial in einfacher Sprache wird überregional erarbeitet. Die Veranstaltungen finden allerdings nicht in einfacher Sprache statt und stellen somit eine Barriere dar.

Menschen ohne Internetzugang

Die GWÖ findet bis auf die persönlichen Treffen und Veranstaltungen online statt. Eine Mitgliedschaft ist nur mit bestehender E-Mail-Adresse möglich. Daher sind Menschen, die keinen Internetzugang haben, außen vor. Die Termine von Veranstaltungen werden größtenteils nur online veröffentlicht. Der Plenumstermin steht auch auf einem Flyer, der bei Offline-Events verteilt wird. Telefonisch sind wir eher nicht zu erreichen.

Welche Kund*innen-Gruppen haben einen erschwerten Zugang zu den Produkten und Dienstleistungen? Was wird getan, dass diese auch in den Genuss der Produkte/ Dienstleistungen kommen können?

Menschen mit kognitiver Einschränkung

Die GWÖ beschäftigt sich mit dem Wirtschaftssystem, Geldsystem und dem Systemwandel. All diese sind in sich sehr komplexe Sachverhalte, die es durchaus zu einer Herausforderung machen sich damit in Gänze zu beschäftigen. Auch bei Plenen und AG-Treffen wird ein gewisses Basiswissen vorausgesetzt. Bei Unverständlichkeiten herrscht eine Kultur des recht offenen Nachfragens und die fragende Person wird abgeholt und in Kenntnis gesetzt.

Eltern mit Kind

Die Plenen und Treffen finden meist nach der Arbeitszeit um 18:30 Uhr statt. Dies stellt für Eltern durchaus eine Herausforderung dar, da es genau in der Abendbrotzeit liegt. Kinder sind jeder Zeit Willkommen und es gab im Berichtszeitraum Plenen, bei denen Kinder von Mitgliedern anwesend waren.

Kleinstunternehmen

Wir haben einen gestaffelten Mitgliedsbeitrag der auch sehr kleinen Unternehmen die Teilnahme ermöglicht. Darüber hinaus sind wir jederzeit auf Rückfrage bereit, Beiträge zu reduzieren, zu stunden oder auch ganz zu erlassen.

Unternehmen von Gründer*innen mit Migrationshintergrund

Bisher sind wir in diesem Bereich kaum vertreten. Dies liegt höchstwahrscheinlich daran, dass unsere aktuellen Mitglieder und Berater*innen keinen offensichtlichen Migrationshintergrund haben. Wir sind aber sehr daran interessiert diesen Personenkreis mehr zu kontaktieren, indem wir zum Beispiel Netzwerke, die Gründer*innen mit Migrationshintergrund unterstützen, direkt ansprechen.

Menschen mit geringen Einkommen bzw. ohne Einkommen

Unter den Mitgliedern spielt dieses Thema keine Rolle. Kein Mensch wird aktiv auf die Mitgliedschaft hingewiesen. Wir bestehen nicht darauf, dass aktiv Mitwirkende auch Mitglied werden. Der Beitragssatz beträgt 5 € im Monat und ist ohne Angabe von Gründen auf 1 € im Monat reduzierbar. Es gibt bei

uns keinen Zwang zu den Plenen etwas mitzubringen oder beizusteuern. Von daher ist das Mitwirken in der GWÖ von den eigenen Finanzmitteln entkoppelt.

Verpflichtende Indikatoren

Marketingausgaben

Unsere Ausgabenstruktur ist sehr übersichtlich. Alle Ausgaben sind unter A Lieferant*innen aufgeführt und bewertet.

Die Marketingausgaben sind extra gekennzeichnet. Insgesamt beliefen sich die Ausgaben in 2018 über 1.683,68 € und 2019 über 5.273,57 €.

Umsatzanteil durch benachteiligte Kund*innen-Gruppen

Im Moment fehlt uns die Datenlage, um den Umsatzanteil durch benachteiligte Kund*innen-Gruppen zu erörtern

Umsatzvorgaben

intern, von Seiten des Unternehmens

Da wir kein explizites Umsatzbestreben haben, haben wir selbstverständlich auch keine Umsatzvorgaben.

Verbesserungspotenziale/Ziele

- ▶ Die Mitgliederbetreuung (Onboarding) z. B. durch Willkommensbeutel
- ▶ Internetseite in einfacher Sprache, barrierefrei und in Englisch
- ▶ Besseres Verständnis unserer Kund*innen, um den Umsatzanteil durch benachteiligte Kund*innen-Gruppen zu kennen
- ▶ gezielte Ansprache der benannten benachteiligten Zielgruppen
- ▶ Mehrwert für Unternehmer*innen und alle anderen Kund*innengruppen auf Beziehungsebene stärker in den Fokus nehmen, z. B. Stammtischtreffen; Freizeitaktivitäten teilen

- ▶ Mitwirkungsmöglichkeiten für vielfältige Stärken und Interessen (neben Diskussion); z. B. in Projekten denken und in der Gruppenkommunikation Menschen mit Assistenzbedarf integrieren/methodisch beachten
- ▶ Digitale und analoge Formulare als Möglichkeit für Interessent*innen sich für Mitarbeit anzumelden
- ▶ Aktive Vernetzung mit anderen Initiativen, Stichwort: Anschlussfähigkeit um das Produktportfolio besser einschätzen zu können, wäre es interessant zu wissen, welche der angeführten Angebote im Berichtszeitraum in welchem Ausmaß angeboten wurden, welche Zielgruppen damit erreicht wurden und wie deren Reaktion darauf war. Gründung einer AG Transformation.
- ▶ Relevant für die Bewertung wäre auch die Analyse der Kommunikationspfade mit Interessent*innen/Kund*innen (z. B. Auskunft, Beschwerden) und welche Aktivitäten daraus folgen.

D1 Negativaspekt

Unethische Werbemaßnahmen

Wir führen keine unethischen Werbemaßnahmen durch.

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt werden?



Gemeinwohl-Bilanz Kompakt 5.0

Basislinie erste Schritte fortgeschritten erfahren vorbildlich

Selbsteinschätzung ● ● ● 2 ● ●

Auditor*in ● ● ● 3 ● ●

KOOPERATION UND SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

Im Berichtszeitraum haben wir eine intensive Kooperation mit Mehr Demokratie e.V. gepflegt. Ziel war es, Volksentscheide für eine gemeinwohl-orientierte Wirtschaft auf Bundesebene einzuführen. Hinzu kommt jährlich eine Kooperation mit der Wandelwoche. Unser Ziel dabei ist es, Menschen für die GWÖ und deren Ideen der wirtschaftlichen Veränderung zu begeistern sowie GWÖ-Unternehmen vorzustellen. Mit dem grünen Unternehmensverband Unternehmensgrün kooperieren wir in Form von gemeinsamen Veranstaltungen, Wissensaustausch und Teilen von Inhalten/ Informationen. Mit dem Netzwerk Fairbindung führen wir ebenfalls gemeinsame Veranstaltungen durch. Wir stehen Kooperationen mit gleichgesinnten NGOs stets offen gegenüber.

Beispielsweise seien hier folgende solidarische Aktionen genannt:

- 📺 Spende an die Wandelwoche (Kooperativ e.V.)
- ⚙️ Unterstützung von attac bei ihrem Prozess zur Verhinderung der Aberkennung der Gemeinnützigkeit
- 👥 Mitglied bei OWUS Berlin e.V.
- 📺 Spende an Mehr Demokratie e.V.
- 🔗 Verbreitung von Informationen von Unternehmensgrün, z. B. den Newsletter weiterleiten

Verpflichtende Indikatoren

Kooperationsquote

Wie hoch ist der investierte Zeit-/ Ressourcenaufwand für Produkte und Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens?

Arbeit auf rein ehrenamtlicher Basis und keine Messung von Arbeitszeiten.

Kooperationsaufwand

Zeit- und Umsatzanteil durch Kooperationen nach Unternehmen

Datenbasis fehlt

D2

Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert und welche Ziele werden dabei verfolgt?



In welchen Bereichen verhält sich das Unternehmen solidarisch gegenüber anderen Unternehmen und hilft uneigennützig?

In welchen Bereichen engagiert sich das Unternehmen?

Wie zuvor aufgeführt unterstützen wir diverse Vereine und Organisationen in ihrer Wirkung. Wir stehen allen Organisationen die das gleiche Ziel – den sozio-ökologischen Wandel – haben, offen und freundschaftlich gegenüber. Wir sind immer daran interessiert zu helfen und zu unterstützen.

Wie viele Arbeitskräfte/Mitarbeiterstunden wurden an Unternehmen weitergegeben?

Wir haben keine Mitarbeitenden im klassischen Sinn. Somit können wir diese auch nicht anderen zur Verfügung stellen. Unsere freiwilligen Aktiven engagieren sich aber auch in anderen Organisationen und Netzwerken und bringen die dort gesammelten Erkenntnisse in unsere Gruppe mit ein und auch andersrum. Dieses erlernte Wissen und Gefühl tragen sie auch in ihre Lohnarbeit mit herein.

Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen weitergegeben?

Die Aufträge zur Bilanzierung von Unternehmen und Organisationen werden an selbstständige Berater*innen weitergegeben. Zusätzlich empfehlen wir unter dem Punkt Kooperationen andere Vereine bei denen ein Mitwirken/Mitgliedschaft sinnvoll ist.

Verbesserungspotenziale/Ziele

- ▶ Kooperationen auf eine professionellere Ebene bringen
- ▶ Die AG Transformation wurde in 2020 gegründet, diese ist für den Bereich Kooperationen verantwortlich und soll von allen möglichst tatkräftig unterstützt werden. Von daher ist das Ziel diese AG zu verstetigen.
- ▶ Solidarität institutionalisieren, z. B. indem in jedem Plenum zu der solidarischen Unterstützung von anderen Organisationen aufgerufen wird.

Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Wir nutzen unsere Marktmacht nicht aus.

Kann das Unternehmen bestätigen, dass auf schädigen, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen komplett verzichtet wird?



Gemeinwohl-Bilanz Kompakt 5.0

Basislinie erste Schritte fortgeschritten erfahren vorbildlich

Selbsteinschätzung ● ● ● ● ● 10

Auditor*in ● ● ● 5 ● ●

ÖKOLOGISCHE AUSWIRKUNGEN DURCH NUTZUNG UND ENTSORGUNG VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN



Die Gedanken in der Gemeinwohl-Ökonomie beinhalten ein Verständnis von ökologischer Konsistenz, Effizienz und Suffizienz, welches unser Handeln stets leitet. (Eine genauere Beschreibung der Positionierung unserer Gedanken finden sich in E1.) Bei der Umsetzung unserer Wissensvermittlung achten wir darauf möglichst maßvoll und effizient die benötigten Materialien zu beschaffen und auch maßvoll auszugeben. Unser Produkt ist das aus der Bewegung gewonnene Wissen und Material, welches durch die Aktiven weitergegeben wird. Wir produzieren Informationen, welche mit Hilfe von verschiedenen Medien in die Verbreitung gelangen.

Für uns ist es selbstverständlich, dass (fast) alle Druckerzeugnisse von einer GWÖ-zertifizierten Druckerei stammen und alle Werbemittel über den effizienten gemeinsamen Einkauf bezogen werden. Auch bei dem Transport zu Infoveranstaltungen, Messen und Konferenzen wurde darauf geachtet die ökologisch effizienteste Alternative zu wählen. So werden Werbematerialien regelmäßig mit dem Rad zur Messe gefahren und Lieferwege nach Möglichkeit zusammengelegt.

In der Kund*innen-Kommunikationen sensibilisieren wir auch andere hinsichtlich maßvoller Nutzung von Ressourcen, zum Beispiel werden Anfahrtsinformationen ÖPNV-freundlich kommuniziert. Dieser Bericht wurde während der Corona-Pandemie finalisiert, was uns im Rückblick den Wert von analogen Präsenzveranstaltungen bestätigt hat. Daher sehen wir physische Treffen als sehr wichtig an und sehen offline Veranstaltungen als Notwendigkeit an, um unsere Informationen zu verbreiten. Bei der sehr ressourcenschonenden Anreise der Teilnehmenden gehen wir fast davon aus, dass die offline Veranstaltungen ökologisch sinnvoller sind als das mehrfache Videostreamen in Telkos.

Unsere Kund*innen-Kommunikation zielt darauf ab, alle Anspruchsgruppen hinsichtlich maßvoller Nutzung zu sensibilisieren und zu motivieren, z. B. Abraten von Käufen, Informationen zur Bewusstseinsbildung, bei Kund*innen zu maßvoller Nutzung, Telefontermine statt weiten Reisen.

BERICHTSFRAGEN

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 sind Konsistenz, Effizienz und Suffizienz im Geschäftsmodell verankert?

Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?

Wie wird die maßvolle Nutzung in der Kommunikation mit Kund*innen gefördert?

D3 Negativaspekt

Unsere Arbeit ist sehr auf digitale Kommunikation angewiesen, daher raten wir in Email-Signaturen davon ab Emails und andere Materialien auszudrucken und empfehlen beim Email-Verkehr auf Effizienz zu achten. Unsere Webseite ist Teil der internationalen ecogood-Webseite, die über eine ökologisch-orientierte Genossenschaft, der hostsharing eG, gehostet wird.

Eine Erhebung der ökologischen Auswirkungen gibt es für den Berichtszeitraum nicht. Weitere Informationen zu den ökologischen Auswirkungen der Nutzung unserer Produkte und Dienstleistungen finden sich unter E3.

Verbesserungspotenziale/Ziele

- ▶ Noch expliziter dazu aufrufen mit dem Fahrrad oder ÖPNV zu Veranstaltungen kommen.
- ▶ Eine genaue Erhebung der ökologischen Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen für den nächsten Berichtszeitraum.

Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

Nein, das gab es bei uns nicht.



KUND*INNEN-MITWIRKUNG UND PRODUKTTRANSPARENZ

Die Mitsprache- und Mitentscheidungsrechte werden aktiv gelebt und tragen zu dem Ziel einer breiten zivilgesellschaftlichen Bewegung bei. Im Vorfeld eigener Veranstaltungen oder kooperativer Mitwirkungen bei anderen Veranstaltungen, z. B. Messen, wird im Regionalgruppentreffen die Mehrheitsmeinung eingeholt. Gegebenenfalls gibt es zusätzliche Mail-Umfragen, um zu entscheiden, ob wir uns als Gruppe engagieren oder nicht. An diesem Prozess können sowohl Mitglieder als auch Nicht-Mitglieder teilnehmen. Es gibt aber keine festen Regeln oder ein Entscheidungsquorum. Bisher wurden alle Entscheidungen diesbezüglich im Konsens getroffen.

Durch die Regionalgruppe Berlin-Brandenburg werden Kund*innen Teil einer breiten gesellschaftlichen Bewegung, die sich für den sozial-ökologischen Wandel einsetzt. Sie bekommen Möglichkeiten sich aktiv in deren Gestaltung einzubringen. Neben den Arbeitsgruppen haben Aktive Zugang zu den überregionalen Arbeitskreisen, die das Gedankengut der Gemeinwohl-Ökonomie Bewegung entwickeln.

Impulse von Kund*innen werden aufgenommen und angeregt, indem sie zur Mitarbeit in Arbeitsgruppen eingeladen werden. Darüber hinaus gibt es im Plenum und mit Hilfe des Aktivenverteilers die Möglichkeit seine Meinung kund zu tun und sich andere Meinungen einzuholen.

Über die Webseite wird öffentlich auf bevorstehende Veranstaltungen hingewiesen und zur Teilnahme eingeladen. Die Tätigkeiten der Regionalgruppe sind dokumentiert und teils über die Webseite oder für Aktive über das Wiki einsehbar. Im Berichtszeitraum gab es keine Prozesse des systemischen Konsensierens oder einfache Mehrheitsentscheidungen. In der Regel wurde ein Konsens gefunden.

D4

Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kund*innen eingeräumt und wie wird darüber kommuniziert?

Werden Impulse von Kund*innen zur sozial-ökologischen Verbesserung der Produkte und Dienstleistungen aufgenommen?

Welche Produktinformationen sind öffentlich zugänglich (Inhaltsstoffe, Wertschöpfungskette, ökologisch relevante Informationen, Preisfindung)?



Gemeinwohl-Bilanz
Kompakt 5.0

	Basislinie	erste Schritte	fortgeschritten	erfahren	vorbildlich
Selbsteinschätzung	●	●	● 2	●	●
Auditor*in	●	●	● 4	●	●

D4 Negativaspekt

Innovationen

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

100 %



Verpflichtende Indikatoren

Preistransparenz

Umsatzanteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen

Der Mitgliedsbeitrag von 60 Euro wird offen kommuniziert und kann bei Bedarf reduziert werden, damit er keine finanzielle Barriere für die Teilnahme darstellt. Die Mitgliedsbeiträge wurden im Deutschlandverein demokratisch auf der Mitgliederversammlung festgelegt und werden von uns übernommen

Produkttransparenz

Umsatzanteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen

100 %



Verbesserungspotenziale/Ziele

- ▶ Alle Arbeitsgruppen veröffentlichen ihre Protokolle im Wiki
- ▶ Häufigeres Durchführen des systemischen Konsensieren
- ▶ On-Boarding-Prozess initiieren, verbessern und umsetzen

Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Wir können bestätigen, dass unser Bestreben das wirtschaftliche System zu verändern, keine schädlichen Schadstoffe enthält und wir die Mitwelt dabei entlasten. Bei der zweckgemäßen Verwendung sind die entstehenden Nebenwirkungen Gleichberechtigung, Menschenwürde, Mitbestimmung, Transparenz und soziale Gerechtigkeit.

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Produkte keine Schadstoffe enthalten, die Kund*innen und Umwelt belasten und dass auch keine schädlichen Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte entstehen?



Gemeinwohl-Bilanz Kompakt 5.0

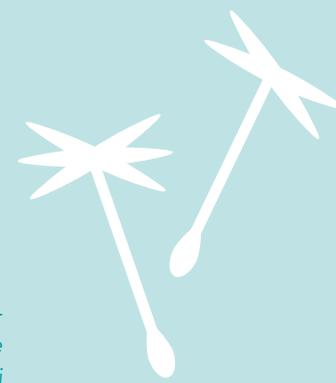
	Basislinie	erste Schritte	fortgeschritten	erfahren	vorbildlich
Selbsteinschätzung	●	●	●	●	● 10
Auditor*in	●	●	●	●	● 8

AUS DEM GWÖ-ARBEITSHANDBUCH

GESELLSCHAFTLICHES UMFELD

Die Berührungsgruppe E umfasst alle Gruppen, die nur mittelbar die Auswirkungen unternehmerischen Handelns 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. Ein Unternehmen kann mehreren Gemeinwesen angehören (Kommunen, Staat, Scientific Community etc.)
- E3** globales ökologisches Umfeld, inklusive der natürlichen Lebensgrundlagen künftiger Generationen.
- E4** relevante Berührungsgruppen für das Unternehmen, die nicht durch A bis D abgedeckt sind (z. B. Anrainer*innen, kritische NGOs als „Anwält*innen“ der Gesellschaft).



E1

In welcher Form dienen unsere Produkte/Dienstleistungen dem Grundbedarf, dem persönlichen Wachstum der Menschen, der Stärkung der Gemeinschaft oder der Regeneration der Erde?



SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

In der Satzung (<https://gwoe.17plus.org/satzung>) definieren wir den Zweck unseres Vereins wie folgt:

- die Förderung von Verbraucher*innen-Beratungen und Verbraucher*innen-Schutz
- die Förderung der Volksbildung¹
- die allgemeine Förderung des demokratischen Staatswesens

Die GWÖ Regionalgruppe Berlin-Brandenburg geht mit ihren der Satzung entsprechenden Dienstleistungen auf die drei Bereiche des persönlichen Wachstums der Menschen, der Stärkung der Gemeinschaft und der Regeneration der Erde ein. Das persönliche Wachstum der Menschen wird gefördert, indem der Öffentlichkeit Möglichkeiten geboten werden sich einzubringen und aktiv die Gesellschaft mitzugestalten. Jede Person ist eingeladen an den Aktivitäten der Regionalgruppe teilzunehmen und dabei mitzuwirken. Gemeinschaft wird gestärkt, indem die Regionalgruppe Austausch und Netzwerk für Menschen, die am sozial-ökologischen Wandel teilhaben wollen, ermöglicht. Die Regeneration der Erde ist zentrale Motivation für die Gemeinwohl-Ökonomie. Daher sind Dienstleistungen wie Bildungsangebote oder Öffentlichkeitsarbeit darauf abgestimmt den Weg zu einem Wirtschaftssystem, das ökologisch verträglicher ist, zu ebnen. Über den Aspekt des Grundbedarfs wird im Folgenden berichtet.

¹ Der Begriff der „Volksbildung“ wurde in der Regionalgruppe diskutiert, weil einige Aktive dem Begriff „Volk“ sehr kritisch gegenüberstehen. Er wurde vor allem gewählt um den Satzungstext zu beschreiben, weil er dem gängigen Sprachgebrauch des Amtsgerichts, bei dem der Verein gemeldet ist, entspricht.



Lebenserhaltung/Gesundheit/Wohlbefinden (direkte Wirkung)

Durch das Zusammenkommen und die Gemeinschaft mit Gleichgesinnten und Aktiven des sozial-ökologischen Wandels entsteht ein Gefühl des Wohlbefindens. Somit ergibt sich für die Teilnehmenden ein passendes Lebensumfeld.

Schutz/Sicherheit (direkte Wirkung)

Die Arbeit in den einzelnen Arbeitsgruppen ist selbstständig organisiert und gibt den Aktiven die Sicherheit, dass sich ihr Wirken auch entfalten kann. Im Alltag wird Gemeinwohl-Orientierung aktiv gelebt, sodass ein Gefühl der Solidarität und Geborgenheit entsteht. Auch das Gefühl zu kooperieren, sich gegenseitig zu helfen und bei Bedarf Hilfe in Anspruch nehmen zu können, gibt uns Sicherheit.

Zuneigung/Liebe (direkte Wirkung)

Über viele Jahre der Zusammenarbeit sind Freundschaften und große Wertschätzungen zwischen einzelnen Menschen in der Regionalgruppe entstanden. Bei nahezu jedem Plenum gibt es eine Ankommensrunde, in der alle Teilnehmenden offen die Möglichkeit haben mitzuteilen, wie es ihnen geht.

Verstehen/Einfühlen (direkte Wirkung)

Als aktiv lernende Organisation entwickeln wir uns weiter, sind neugierig auf neue Impulse und analysieren wie wir den sozial-ökologischen Wandel in unserer Region weiterbringen können. Sowohl innerhalb der Regionalgruppe, als auch darüber hinaus, gibt es einen regen Wissensaustausch. Außerdem existiert die Arbeitsgruppe Wissenschaft, die die Gemeinwohl-Ökonomie aus der wissenschaftlichen Perspektive entwickelt.

Teilnehmen/Geborgenheit (direkte Wirkung)

Durch das Mitwirken in der Regionalgruppe gehört Mensch einer Gemeinschaft an. Es gibt die Möglichkeit selbstbestimmt Verantwortung zu übernehmen und offen an allen Arbeitsgruppen, Plenen, Messeauftritten, Demos und anderen Veranstaltungsformaten teilzunehmen.

Welche der neun Grundbedürfnisse (vgl. <https://gwoe.17plus.org/grundbedarf>) erfüllen die Produkte/Dienstleistungen des Unternehmens?

Muße/Erholung (eher indirekte Wirkung)

Regelmäßig wurde sich nach den Plenen am 15. noch auf Getränke/Speise zusammengesetzt und ein lockerer Austausch gesucht. Das letzte Plenum im Jahr endet in einer angenehmen und selbstorganisierten Weihnachtsfeier. Die Gefahr der Selbstausbeutung der Aktiven durch das zeitlich intensive Engagement besteht jedoch und darf hier nicht ignoriert werden.

Kreatives Schaffen (direkte Wirkung)

Die AG Kommunikation bietet durch die Gestaltung von Flyern, Webseite, Claims usw. viele Möglichkeiten für gestalterische Tätigkeit, aber auch andere Gruppen wie die Referent*innen (z. B. durch die Gestaltung des Vortragsstils und der Folien) ermöglichen es den Aktiven sich kreativ einzubringen.

Identität (direkte Wirkung)

Durch das Mitwirken in der Regionalgruppe kann sich jede*r selbst verwirklichen und diverse Aufgaben und Rollen (Koordination, Teilprojekte, ...) übernehmen und sich dadurch persönlich weiterentwickeln.

Freiheit/Autonomie (direkte Wirkung)

Es gibt keinerlei Anwesenheitspflicht und die Menschen können komplett selbst entscheiden inwiefern und wie zeitintensiv sie sich einbringen. Unterschiede werden als etwas Positives und als ein belebendes Element der Diversität angesehen.

Es gibt keine Produkte oder Dienstleistungen, die als Luxusprodukte oder „nur“ dem eigenen Status dienend wahrgenommen werden.

Welche der Produkte/Dienstleistungen sind Luxusprodukte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenschädliche Produkte des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können?

Die Dienstleistungen der Regionalgruppe in Form von Bildungsangeboten, Öffentlichkeitsarbeit und Gemeinschaft dienen dem persönlichen Wachstum der Menschen und ihrer Gesundheit, da sie:

-  zu einem persönlichen Bewusstseinswandel beitragen können, der es Menschen ermöglicht in größerer Übereinstimmung mit ihren Werten zu leben
-  zu einer gesünderen Mitwelt beitragen, indem partizipative und wertschätzende Strukturen aktiv gelebt und gefördert werden
-  zu gesünderen Arbeitsbedingungen beitragen, da Menschen frei entscheiden können wie sie sich einbringen können und Unternehmen unterstützt werden bessere Arbeitsbedingungen zu schaffen
-  stets zu gesunder Ernährung und nachhaltigem Konsum anregen

Zu Beantwortung dieser Frage orientieren wir uns an den UN-Entwicklungszielen, als ein Gerüst um gesellschaftliche/ökologische Probleme (regional oder global) zu verstehen, genauer gesagt möchten wir auf Leitfaden „Punkten für das Gemeinwohl und die SDGs“ (<https://gwoe.17plus.org>) verweisen. Der Leitfaden richtet sich an Unternehmen und Organisationen, die sich mit den Zielen für nachhaltige Entwicklung beschäftigen und einen Beitrag zu deren Umsetzung leisten möchten. Als wesentlicher strategischer und ökonomischer Steuerungsansatz dienen dabei das Modell der Gemeinwohl-Ökonomie und das dazugehörige Steuerungsinstrument der Gemeinwohl-Bilanz, welches aus Sicht der Universität Bremen ein hohes Ambitionsniveau bei der Umsetzung der SDGs anstrebt. Da wir uns in unseren Dienstleistungen voll mit dem Modell der Gemeinwohl-Ökonomie identifizieren zeigt der Leitfaden, welche Probleme mit unserer Arbeit gelöst bzw. gemindert werden. Zu SDG 8 (Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum) möchten wir folgende Anmerkung hinzufügen. Wir positionieren uns als kapitalismuskritische NGO eindeutig gegen die Idee der Notwendigkeit eines generellen Wirtschaftswachstums. Wir haben aber ein Interesse daran, dass sich das wirtschaftliche Gesamtvolumen Richtung Gemeinwohl entwickelt, die GWÖ-Unternehmen davon profitieren und dementsprechend (je nach eigenem Wunsch) auch wachsen.

In welcher Form dienen unsere Produkte/ Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?

Welche gesellschaftlichen/ ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch unsere Produkte/ Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert?



Dabei ist es uns ein besonderes Anliegen, dass Transformationsprozesse ohne negative Auswirkungen, wie ungewollter Arbeitsplatzverluste oder sozialer Verwerfungen abläuft. Hier möchten wir daher ebenfalls auf die Ausführungen in dem bereits erwähnten Leitfaden hinweisen.

	Menschenwürde	Solidarität und Gerechtigkeit	ökologische Nachhaltigkeit	Transparenz und Mitentscheidung
Lieferant*innen	Menschenwürde in der Zulieferkette A1	Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette A2	Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette A3	Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette A4
Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen	Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln B1	Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln B2	Sozialökologische Investitionen und Mittelverwendung B3	Eigentum und Mitentscheidung B4
Mitarbeitende	Menschenwürde am Arbeitsplatz C1	Ausgestaltung der Arbeitsverträge C2	Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden C3	Innerbetriebliche Transparenz und Mitentscheidung C4
Kund*innen und Mitunternehmen	Ethische Kund*innenbeziehungen D1	Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen D2	Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen D3	Mitwirkung der Kund*innen und Produkttransparenz D4
Gesellschaftliches Umfeld	Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen E1	Beitrag zum Gemeinwesen E2	Reduktion ökologischer Auswirkungen E3	Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung E4

Stand Januar 2020 • Herausgeber: Humanistic Management Practices gGmbH • Autoren: Matthias Kasper, Gerd Hofelien • Erstellung: Lutz Dudek, werkwel.de • 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 <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Wir sehen Verbesserungspotenzial darin unsere Breitenwirkung auszubauen, unter anderem durch die Professionalisierung unserer Tätigkeiten. Durch den Bilanzierungsprozess wurden bereits einige Diskussionen zu der Professionalisierung unserer Arbeit sowie das Verhältnis von Ehrenamt und Hauptamt angestoßen und bestehenden Überlegungen mehr Dringlichkeit verliehen. Für 2020 wird daher eine neue bezahlte Stelle geschaffen, die sich der Ehrenamtskoordination annehmen soll.

Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Keine unserer Produkte oder Dienstleistungen werden unter menschenunwürdigen Bedingungen produziert.

E1 Negativaspekt

Verpflichtende Indikatoren

Umsatzanteil nach Nutzenart	
Erfüllung der Grundbedürfnisse	100%
Statussymbol/Luxus	0%
Entwicklung der Menschen	gegen 100%
Entwicklung der Erde/Biosphäre	gegen 100%
Beitrag zur Lösung gesellschaftlicher und ökologischer Probleme laut UN-Entwicklungszielen	Die Gemeinwohl-Ökonomie fördert alle 17 Ziele
Mehrfachnutzen bzw. einfacher Nutzen der Produkte/Dienstleistungen	gegen 100%
Hemmender bzw. Pseudonutzen der Produkte/Dienstleistungen	0%
Negativnutzen der Produkte/Dienstleistungen	0%



Gemeinwohl-Bilanz
Kompakt 5.0

Basislinie	erste Schritte	fortgeschritten	erfahren	vorbildlich	
●	●	●	● 7	●	Selbsteinschätzung
●	●	●	● 6	●	Auditor*in

E2

BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

Wie stellen wir eine faire Balance zwischen dem was wir für das Gemeinwesen leisten und dem was wir daraus erhalten her?

Welchen direkten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen zur Sicherung des Gemeinwesens (z. B. in Form von Ertragsteuern, lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen)? Welche direkten materiellen Unterstützungen (z. B. Förderungen, Subventionen) erhält das Unternehmen andererseits?

Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet? Worin besteht der Eigennutzen an diesen Aktivitäten?

Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens?

Da unsere Arbeit hauptsächlich ehrenamtlich passiert, gehen wir davon aus, dass wir eine faire Balance zwischen dem was wir für das Gemeinwesen leisten und dem was wir daraus erhalten herstellen können. Die positiven Erfahrungen, die wir als Aktive der Regionalgruppe machen, nehmen wir als verhältnismäßig zu unserer Leistung für das Gemeinwesen wahr.

Wir zahlen keine Abgaben, keine Lohnsteuer, keine Krankenkassen. In Berichtszeitraum haben wir keine staatliche Förderung erhalten. Wir haben im Berichtszeitraum für drei Monate von dem Angebot des Bundesfreiwilligendienstes profitiert. Als Verein sind wir nicht vorsteuerabzugsberechtigt und tragen die Umsatzsteuer voll.

Der Großteil der investierten Zeit wird für freiwilliges gesellschaftliches Engagement in der GWÖ-Bewegung genutzt. Die Gemeinwohl-Ökonomie Bewegung ist ein wertvoller Ansatz für das Gemeinwesen, der sich aber noch in der Umsetzungsphase befindet. Solange der Ansatz noch nicht konkret in das Handeln der Berührungsgruppen übergegangen ist, sind die Aktivitäten im Eigennutzen der Bewegung, den Ansatz zu verbreiten.

Das Modell der Gemeinwohl-Ökonomie ist eine methodische Herangehensweise, um den sozial-ökologischen Wandel erlebbar und erfahrbar zu machen. Mit unserer Arbeit tragen wir zur Aufklärung und Sensibilisierung von allen Anspruchsgruppen bei, insbesondere Unternehmen und Organisationen. Sie erkennen dadurch welche konkreten Beiträge sie zur Transformation des Wirtschaftssystems beitragen können. Durch die praktische Arbeit mit Unternehmen und Organisationen, können wirtschaftliche Erkenntnisse untermauert und neue erhoben werden.

Wir dokumentieren Wirkungsnachweise weitgehend und überprüfen den Effekt unserer Arbeit kritisch durch gemeinsame Reflexion. Jedoch ist zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts weder in unserer Regionalgruppe noch in der GWÖ-Bewegung genau definiert, welche genaue gesellschaftliche Veränderung passieren muss um den Erfolg des Bestrebens zu attestieren. Es gibt eine Vision an der sich orientiert werden kann, aber die Kennzahlen dazu fehlen.

Die jährliche Mitgliederversammlung stellt unter anderem durch den Finanz- und Tätigkeitsbericht umfangreich Transparenz her. Zusätzlich gibt es für alle Anwesenden einen mündlichen monatlichen Bericht des Vorstands über seine Aktivitäten auf dem Plenum. Alle Entscheidungen über Ausgaben von über 400 € müssen von mindestens zwei Vorständen getroffen werden. Der Geldfluss bei der GWÖ setzt sich folgendermaßen zusammen: Alle Mitgliedsbeiträge gehen an den Deutschlandverein. Dieser verteilt die Beiträge im prozentualen Verhältnis an die einzelnen Vereine sowie an den internationalen Verein.

Verbesserungspotenziale/Ziele

- ▶ Eine Anlaufstelle für Compliance auf Ehrenamtsbasis wäre wünschenswert
- ▶ Entwicklung einer Definition für die Wirkung der GWÖ. (Was muss sich in der Gesellschaft verändern, um zu wissen, dass die Regionalgruppe erfolgreich war.)

Illegitime Steuervermeidung und mangelnde Korruptionsprävention

Beide Negativaspekte können ausgeschlossen werden. Bisher ist uns kein Fall von Korruption/Bestechung/Vetternwirtschaft bekannt. Im Sinne des Arbeitshandbuchs betreiben wir sehr intensiv Lobbyismus, dies allerdings nur um die Idee der Gemeinwohl-orientierung zu verbreiten.

Wie stellt das Unternehmen sicher, dass illegitime Steuervermeidung oder Korruption und negativer Lobbyismus nicht begünstigt bzw. verhindert werden?

E2 Negativaspekt



Gemeinwohl-Bilanz
Kompakt 5.0

Basislinie	erste Schritte	fortgeschritten	erfahren	vorbildlich	
●	●	● 3	●	●	Selbsteinschätzung
●	●	● 2	●	●	Auditor*in

E3

Wie erkennen wir potentiell schädliche Umweltwirkungen und vermeiden diese?

Welche negativen Umweltwirkungen in Bezug auf Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse?

Welche Daten zu den wesentlichen Umweltwirkungen (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?

Wie werden Umweltdaten veröffentlicht?

REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

Da wir als Verein für einen besseren Umweltschutz und weniger schädliche Wirtschaftsformen stehen, achten wir auf unsere Umweltwirkungen und versuchen sie weitestgehend zu vermeiden. Dennoch sehen wir Entwicklungspotenzial in der Messung unserer ökologischen Auswirkungen.

In Bezug auf die Produktion und Verbreitung digitaler Informationen ist erwähnenswert, dass wir unterstützend daran arbeiten einen „grünen“ Host beziehungsweise Server für bewegungsnahe Organisation einzurichten, um uns und ihnen die Möglichkeit zu geben, ihre digitalen Aktivitäten langfristig ökologischer zu gestalten.

Für das Drucken von physischen Informationsmaterialien nehmen wir die Dienste von Druckereien in Anspruch. Die daraus entstehenden ökologischen Auswirkungen werden unter A3 behandelt. Auf die mündliche Verbreitung von Informationen durch Schnupperabende, Vorträge, Workshops oder Plenen gehen wir dementsprechend in C3 und D3 ein.

Für den Berichtszeitraum wurden noch keine konkreten Daten zu Umweltkonten erhoben. Über die Betriebskostenabrechnung unseres Co-Working Spaces, lassen sich einige Daten für das Jahr 2018 näherungsweise rückverfolgen. Hierzu haben wir uns die Betriebskostenabrechnung von Fairmondo (Hauptmieter Co – Working-Space) schicken lassen. Wir haben die Gesamtverbrauchswerte von Fairmondo durch die Anzahl der verfügbaren Arbeitsplätze (insgesamt 40 Stück) geteilt. Die Verteilung nach tatsächlich Nutzenden wäre gerechter gewesen, ist aber leider nicht möglich. So wurde beispielsweise im Jahr 2018 die Hauptbürofläche von ca. 30 bis 35 Personen durch ein Unternehmen genutzt. In anderen Monaten gab es nahezu einen Leerstand und wir hatten die Räumlichkeiten fast für uns. Durch unsere Nutzung in Plenen mit bis zu 15 Personen für ca. 2 bis 3 Stunden stellt die Berechnung nach Arbeitsplatz ebenfalls keine exakte Berechnung dar. Eine Berechnung beispielsweise nach Toilettenspülvorgang ist im Co-Working-Space nicht umsetzbar.

Bisher haben wir keine Umweltdaten veröffentlicht.

Verpflichtende Indikatoren

Ausstoß klimawirksamer Gase	nicht erfasst
Transport (und deren CO2-Äquivalent)	nicht erfasst
Benzinverbrauch (und dessen CO2-Äquivalent)	0 l
Stromverbrauch (und dessen CO2-Äquivalent)	Keine Angaben erhalten
Gasverbrauch (und dessen CO2-Äquivalent)	0 kg
Heizenergie (in Bezug auf die jeweilige Durchschnittstemperatur)	0,1325 Tonnen CO ₂
Verbrauch von Trink- und Regenwasser	2,15925 m ³
Chemikalienverbrauch (giftig, nicht giftig)	nicht erfasst
Papierverbrauch	weniger als 3 kg
Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien	nicht erfasst
Kunstlichteinsatz	nicht erfasst
Schadstoffemissionen	nicht erfasst

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Umweltdaten sollten ab 2020 erhoben werden und in den nächsten Bericht einfließen.

Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Es wird gegen keine uns bekannten Umweltauflagen verstoßen und die Umwelt nicht unangemessen belastet.

E3 Negativaspekt



Gemeinwohl-Bilanz
Kompakt 5.0

Basislinie	erste Schritte	fortgeschritten	erfahren	vorbildlich	
●	● 1	●	●	●	Selbsteinschätzung
●	● 1	●	●	●	Auditor*in

E4**TRANSPARENZ UND GESELLSCHAFTLICHE MITENTSCHEIDUNG**

Wie machen wir die Wirkungen unseres unternehmerischen Handelns sichtbar, und wie ermöglichen wir Mitbestimmung aufgrund legitimer Interessen der gesellschaftlichen Berührungsrgruppen?

Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsrgruppen erfasst, und in welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation, Zugänglichkeit für die Öffentlichkeit)?

Wie können Bürger*innen in Dialog treten und gesellschaftliche Berührungsrgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?

Als basisdemokratisch-organisierte Organisation ermöglichen wir den größtmöglichen Grad an Mitbestimmung und haben diese Haltung in unserem Umgangskodex (<https://gwoe.17plus.org/kodex>) festgehalten. Er beschreibt die Mission, Vision und Werte der GWÖ: Menschenwürde, Solidarität, Ökologische Nachhaltigkeit, Soziale Gerechtigkeit, Demokratische Mitbestimmung und Transparenz. Im Kodex wird die verbindende Grundhaltung sowie die Kommunikations- und Entscheidungskultur beschrieben, die auf diesen Werten aufbaut.

Die Webseite wurde im Berichtszeitraum neugestaltet und bietet eine transparente Informationsmöglichkeit über die Aktivitäten und Standpunkte der GWÖ sowie einen Überblick zu bevorstehenden Veranstaltungen, inklusive der Plenen.

Außerdem gibt es einen öffentlichen Bereich des Wikis, welcher allen Menschen zugänglich ist. Ein internes Wiki ist dennoch notwendig, um personenbezogene und andere schützenswerte Daten nur den aktiven Mitgliedern zugänglich zu machen. Dort werden auch die Protokolle der Plenums- und Arbeitsgruppentreffen für alle aktiven Mitglieder zugänglich gemacht.

Der Bilanzbericht der Regionalgruppe ist schon während seiner Entstehungsphase (Herbst 2019) allen Menschen (im öffentlichen Bereich des Wikis) transparent zugänglich und wird selbstverständlich nach der Fertigstellung auf der Webseite veröffentlicht.

An Messen und auch auf Demonstrationen stehen wir als interaktives Sprachrohr nach Innen und Außen zur Verfügung. Alle Entscheidungen werden auf dem Plenum/Regionalgruppentreffen getroffen. Die Termine zu diesem Plenum sind öffentlich (Webseite, Flyer, social media) einsehbar. Es wird um Anmeldung gebeten, aber nicht darauf bestanden. Auch die Termine der Arbeitsgruppen sind öffentlich einsehbar und können, nach vorheriger Absprache, ebenfalls besucht werden. Jede*r Bürger*in kann in der GWÖ mitwirken und somit direkt von der Anspruchsgruppe E zur Anspruchsgruppe C wechseln.

Auf der überregionalen Webseite gibt es einen Bereich, der kritische Meinungen und Berichte über die GWÖ offen darlegt (<https://gwoe.17plus.org/kritik>). Durch das Transparentmachen von Kritik werden Aktive dazu befähigt kritische Perspektiven in die partizipativen Entscheidungsprozesse einzubringen und kontrovers zu diskutieren. Durch die partizipative Struktur und die erwünschte diverse Gruppe von Mitgliedern spiegeln sich viele Perspektiven in den Entscheidungsfindungen innerhalb der Regionalgruppe wieder. Alle Menschen sind zur Teilnahme an den Aktivitäten der Regionalgruppe eingeladen.

Verbesserungspotential/Ziele

- ▶ Wir haben für die Gespräche auf Messen und anderen öffentlichen Veranstaltungen noch kein ausreichendes Monitoring. Für die Zukunft kann eine Institutionalisierung der Auswertung sinnvoll sein.
- ▶ Auf die Dokumentation im Wiki wird auf der Webseite nicht hingewiesen. Ein leichter Zugang ist daher wünschenswert.
- ▶ Bei unseren Informationsmitteln können wir Versionen in leichter Sprache sowie vorgelesene Texte veröffentlichen, um einen barrierefreien Zugang zu ermöglichen.
- ▶ Eine Analyse der Interessen von Berührungsrgruppen, die nicht schon durch A-D abgedeckt sind, wäre hilfreich. Darauf aufbauend kann gezielt die Frage legitimer Mitbestimmungsinteressen adressiert werden.

Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?



Verpflichtende Indikatoren

Berichterstattung

Die Veröffentlichung eines Gemeinwohl-Berichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung ist bisher nicht erfolgt.

Der Finanz- und Tätigkeitsbericht für die Mitgliederversammlung wird über den allgemeinen Newsletter-Verteiler versandt

Mitentscheidung

Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen nach relevanten Entscheidungen und nach Mitbestimmungsgrad

100 %

Da sich jeder Mensch engagieren kann, Organisationen und Unternehmen Mitglied werden können, ist es jedem Menschen aus jeder Berührungsgruppe möglich bei Entscheidungen auf dem Plenum mitzuzustimmen

E4 Negativaspekt

Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Wir distanzieren uns von Falschmeldungen und werden Falschmeldungen auch nicht verbreiten. Alles, was nicht durch die DSGVO geschützt ist, wird von uns veröffentlicht.



Gemeinwohl-Bilanz Kompakt 5.0

Basislinie erste Schritte fortgeschritten erfahren vorbildlich

Selbsteinschätzung ● ● ● 4 ● ●

Auditor*in ● ● ● 3 ● ●

AUSBLICK

Kurzfristige Ziele

▶ Siehe Abschnitte **Verbesserungspotenziale/Ziele** in den verschiedenen Berührungsgruppen.

Welche kurzfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 1–2 Jahre)?

Langfristige Ziele

▶ Es gab ein Strategiewochenende im Januar 2020 und einen Strategietag im Juli 2020 bei dem die langfristige Ausrichtung des Vereins basisdemokratisch besprochen wurde. Die Ergebnisse sind im Wiki der AG Transformation einsehbar: <https://gwoe.17plus.org/transform>

Welche langfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 3–5 Jahre)?

EU KONFORMITÄT

Im Mai 2014 stimmte der Ministerrat der EU einer Richtlinie zu, die noch in nationales Recht umzusetzen ist. Die offenzulegenden Informationen (obligatorisch ab 500 Mitarbeitenden) sind:

Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (EU COM 2013/207)

- Beschreibung des Geschäftsmodells. Was ist der Zweck des Unternehmens, womit wird Nutzen gestiftet für Kunden, wodurch werden Gewinne erwirtschaftet.
- Welche Politiken verfolgt das Unternehmen, um die Einhaltung der gebotenen Sorgfalt in Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelangen, zur Achtung der Menschenrechte und zur Bekämpfung von Korruption zu gewährleisten?
- Was sind die primären Risiken der Geschäftsprozesse in diesen Bereichen?
- Was sind die primären Risiken der Geschäftsbeziehungen, Produkte und Dienstleistungen in diesen Bereichen?
- Wie werden diese Risiken gehandhabt? Mit welchen Ergebnissen?
- Offenlegung relevanter nicht-finanzieller Leistungsindikatoren

Der Gemeinwohl-Bericht kann zur nichtfinanziellen Berichterstattung gemäß EU-Richtlinie verwendet werden. Es ist Verantwortung des Unternehmens sicherzustellen, dass der Gemeinwohlbericht in der entsprechenden Tiefe und mit allen nationalen Erfordernissen der Umsetzung der Richtlinie erstellt wird.

In Österreich gilt das Nachhaltigkeits- und Diversitätsverbesserungsgesetz (NaDiVeG), in Deutschland das CSR-Richtlinien-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG).

ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ

Wer war bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz/dem GWÖ-Bericht im Unternehmen involviert?

Die gesamte Regionalgruppe Berlin-Brandenburg konnte an der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz mitwirken. Zudem wurden aus allen Anspruchsgruppen Menschen eingeladen sich zu beteiligen: alle Aktiven, die Mitgliedsunternehmen, die Kooperationspartner und das gesellschaftliche Umfeld.

Welche Stakeholder waren involviert? (Name, Position/Verbindung zum Unternehmen)

Das Projekt wurde von Philipp Wodara koordiniert und ab Mai 2020 von Renée Horster unterstützt.

Für die verschiedenen Bereiche waren verantwortlich:

A Lieferant*innen: Jörg Rhode

B Finanzen: Christof Harnau

C Mitarbeitende: Madlen Sanchino-Martinez

D Kund*innen: Philipp Wodara

E Umfeld: Sebastian Hemme

Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?

153 Stunden inhaltliche Berichtserstellung
17 Stunden Einarbeitung der Auditorenrückmeldung
14 Stunden Korrekturen und Abstimmung der Gestaltung
36 Stunden Gestaltung der Online- und Printversion
220 Stunden gesamt

Wie wurde die Bilanz/der Bericht intern kommuniziert?

- Beschluss der Regionalgruppe auf dem Plenum, dass der Vorstand die Bilanzierung unseres Vereins einleiten soll
- Wunsch nach partizipativer und demokratischer Einbeziehung der Regionalgruppe

Ablauf der Berichtserstellung

- 4-stündiger Kickoff-Termin am Sonntag 13.10.2019 mit 12 Personen im GWÖ-Büro von 14 bis 18 Uhr
 - Erklärung Arbeitshandbuch Kompaktbilanz
 - Diskussion wer ist bei der GWÖ C, D und E
 - World-Café-Format mit Thementischen anhand der Berührungsgruppen
 - 2 Runden (1. Runde ca. 75 Minuten, 2. Runde ca. 45 Minuten)

- Kurzzusammenfassung auf dem Plenum ohne detailliert auf Inhalte einzugehen
- Plenumsbeschluss, dass wir erst im Jahr 2020 veröffentlichen und dafür die Jahre 2018/19 bilanzieren
- Erstellen der Wiki-Seite
- Erstellen von 6 Pads je Berührungsgruppe + Allgemeines
- 4-stündiger Vertiefungstermin am Sonntag 15.12.2019 mit 11 Personen im GWÖ-Büro von 14 bis 18 Uhr
 - World-Café-Format
 - Vertiefung der Informationsdichte in den einzelnen Berührungsgruppen
 - Klärung von verantwortlichen Personen für die einzelnen Berührungsgruppen
- Philipp und Renée haben einen Fahrplan erstellt mit neuer Zeitplanung, da der ursprüngliche Plan unter anderem durch Corona ins Stocken geriet. (siehe Diskussionspad und Zukunft)
- Philipp meldete sich bei Hauptpersonen, um Termine zur Absprache zu vereinbaren
- Erinnerung an Umfrage an allgemeinen Verteiler mit Bitte um Teilnahme bis 4.5.2020 23:59 Uhr
- Philipp und Renée gehen die Pads für die verschiedenen Berührungsgruppen nacheinander durch. Sichern jeweils den Inhalt und machen dann Anmerkungen, die mit den jeweiligen Hauptpersonen durchgesprochen werden (Anmerkungen sind im Diskussionspad dokumentiert)
- Christoph, Philipp und Renée haben Pad B – Finanzen durchgesprochen
- Philipp und Renée schätzten die Liefernden nach GWÖ-Stufensystem ein (Anfang Mai)
- Die grafische Ausarbeitung des Berichts wurde im Mai-Plenum diskutiert. Es werden Angebote eingeholt. 3 Optionen: Ehrenamtsleistung fast nur Text, ein bisschen schön machen, Vorzeigebericht

- Erste Telko-Runde für jede einzelne Berührungsgruppe mit Hauptperson und Übermittlung des Termins an den Aktiven-Verteiler (Mai)
- Schreibphase (Ende Mai)
- Zweite Telko-Runde um Formulierung abzugleichen (3–4 h) mit Hauptperson und wer will. (Juni)
- Die Personen auf dem Aktiven-Verteiler wurden per Email zum schriftlichen Feedback einladen. (Mitte Juni)
- Feinschliff der Texte (Mitte Juni)
- Diskussionsbedarf aus dem Bilanzierungsprozess Raum geben (z. B. Thema Work-Life-Balance – sind wir „work“ oder „life“? (Juni Plenum)
- Einreichung bei Auditor*innen (Ende Juni)

Berlin, 6. Oktober 2020



UNSERE MITGLIEDER: 85 PRIVATPERSONEN UND 63 UNTERNEHMEN

A + P STEUERBERATUNGSGESELLSCHAFT MBH · ABITARE TISCHLEREI GMBH · AKADEMIE FÜR GEMEINWOHL-ÖKONOMIE GBR · ÄNDE GMBH · ANNELEN SCHULZE HÖING · AXICA KONGRESS- UND TAGUNGSZENTRUM PARISER PLATZ 3 GMBH · BE4ENERGY GMBH · BIOHOTEL AMADEUS BIS ES MIR VOM LEIBE FÄLLT · BITTAR. WORTE & ZEICHEN SETZEN · BTE – TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG PARTNERSCHAFTSGESELLSCHAFT MBB · BÜRO FÜR ARCHITEKTUR HARDY KRÜGER · CONFIDEON UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH · CORONA BÜROTECHNIK GMBH · DER BOOTSLADEN SABINE + AXEL SAUER GBR · DR. ARTHUR PELCHEN ECOSIA GMBH · ERFOLG MIT HERZ · EVANGELISCHER JOHANNESSTIFT JUGENDHILFE GGMBH · F&P STOCK SOLUTION GMBH · FAIRAGENT INT. FAI UG · FAIRMONDO EG · FAIRPENSION · NACHHALTIGE ALTERSVORSORGE GMBH · FAMILIENFERIENANLAGE GUT NISDORF GMBH · FORUM FUTURA UG · GEBÄUDESERVICE WODARA GMBH · GT EMISSION SOLUTIONS UG · HOMANN COLOR-MANAGEMENT HUMANISTIC MANAGEMENT PRACTICES GGMBH · IGG MALZFABRIK MBH · JUSTUS MATTHIAS ARCHITEKTEN · KANZLEI BESSER STEUERBERATUNGSGESELLSCHAFT MBH · KIEZBETT GBR LAFIM · LANDESAUSSCHUSS FÜR INNERE MISSION · DIENSTE FÜR MENSCHEN GEMEINNÜTZIGE AG · LOVECO GMBH · MÄRKISCHES LANDBROT GMBH · MEMUCHO GMBH · NANO KAFFEE · »KONFLIKTSPEZIALISTEN« KORTZ UND STECKNER GBR · NATUR UND UMWELT VERLAGS UND SERVICE GMBH NIEDERSACHSEN · NAUSESTER UND KOLLEGEN STB GMBH · NILS WITKE · NW CONSULTING · ORGANICED KITCHEN JOHANNES EMKEN E.K. · OWUS BERLIN-BRANDENBURG E.V. · PROJEKTWERKSTATT GESELLSCHAFT FÜR KREATIVE ÖKONOMIE MBH · QUARTIERMEISTER · KORREKTER KONSUM GMBH · REUTER × BOBETH GBR · SEEDBOMB CITY SEHLBACH & PARTNER GMBH · SINNWERKSTATT MEDIENAGENTUR GMBH · SMILE! – SOLUTIONS GMBH · SODI E.V. · SOULPRODUCTS GMBH · SPRETRAIN CONSULTING SWAPWORK UG · TETRATEAM · NACHHALTIGE KONZEPTE FÜR VORSORGE UND VERMÖGEN OHG · THOMAS ULOTH UNTERNEHMENSBERATUNG · TUESDAY GESELLSCHAFT FÜR GESTALTUNG UND VERMITTLUNG MBH · UNTERNEHMENSBERATUNG + TRAINING DR. SUKOWSKI UNTERNEHMENS-GRÜN E. V. · WBS TRAINING AG · WIRTSCHAFTEN MIT MENSCHEN · ZAHNARZTPRAXIS AM KREUZBERG (DR. MSC. MATTHIAS EIGENBRODT)

IMPRESSUM

Redaktion

Christof Harnau
Sebastian Hemme
Renée Paula Horster
Jörg Rhode
Madlen Sanchino-Martinez
Philipp Wodara
Sebastian Hemme

Gestaltung

Lutz Dudek, werkzwei.de

Druck

Sonnendruck GmbH, Wiesloch

Bildnachweis

istockphoto.com, caughtinthe (Umschlag)
Icons – Anna Hofmann, Malzfabrik
und Font Awesome