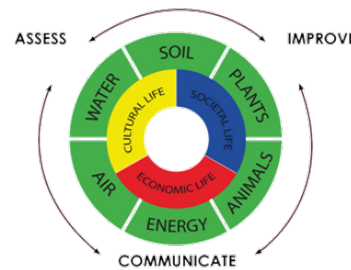


WELCHE VERSCHIEDENEN ANSÄTZE ZUR NACHHALTIGKEITSBEWERTUNG GIBT ES?



EINFÜHRUNG

- **Entwicklung sehr unterschiedlicher Ansätze (verwendete Kriterien, Motivation und Zielgruppe)**
 - **Wirtschaftlich betrieben**
 - **Deckung der Kosten über Serviceangebote; Inhalt wird vollständig bzw. eingeschränkt kostenfrei zur Verfügung gestellt (open source)**
- **Überblick über 4 Systeme zur Erfassung bzw. Bewertung von Nachhaltigkeitsleistungen: GWÖ, ZNU, Nachhaltigkeitsblume, GRI**
- **Weitere: z.B. BNN-Nachhaltigkeitsmonitoring (BNN-Mitgliedern vorbehalten)**

Entstehung

- **Initiatoren: Kreis von 8 Unternehmern und Christian Felber**
- **Von Organisationen, Politikern, Privatpersonen und Unternehmen mitgetragene Initiative, die im Oktober 2010 startete.**

Zielgruppe: alle Branchen

Bezug zu anderen Standards

Kompatibilität/Kooperation mit EMAS, ISO 14001, GRI, EFQM, GISR, AA1000, USA B Corps und dem Nachhaltigkeits-Monitor des BNN wird langfristig angestrebt.

Motivation/Idee:

- **Alternatives Wirtschaftsmodell, das auf den Werten Menschenwürde, Mitgefühl, Solidarität, Gerechtigkeit, ökologische Verantwortung und Demokratie aufbaut.**
- **Ziel wirtschaftlichen Handelns: Gelingen von zwischenmenschlichen und ökologischen Beziehungen**
- **Beitrag zum Gemeinwohl wird zur neuen Bedeutung von unternehmerischem Erfolg und mit der Gemeinwohl-Bilanz gemessen.**
- **Bewusstseinsbildung: Welche Beiträge leisten wir jetzt schon für das Gemeinwohl und wo haben wir Entwicklungsbedarf?**
- **Ziel: Wettbewerbsfähigkeit der Produkte herstellen über Steuervergünstigungen für Gemeinwohlökonomieunternehmen**

GEMEINWOHL-MATRIX 4.1

Diese Version gilt für alle Bilanzen, die ab dem 15. März 2013 für das zurückliegende Bilanzjahr eingereicht werden.

WERT BERÜHRUNGSGRUPPE	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Demokratische Mitbestimmung & Transparenz
A) LieferantInnen	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken zugekaufter Produkte / Dienstleistungen, Berücksichtigung sozialer und ökologischer Aspekte bei der Auswahl von LieferantInnen und DienstleistungsnehmerInnen				90
B) GeldgeberInnen	B1: Ethisches Finanzmanagement Berücksichtigung sozialer und ökologischer Aspekte bei der Auswahl der Finanzdienstleistungen; gemeinwohlorientierte Veranlagung und Finanzierung				30
C) MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung mitarbeiterorientierte Organisationskultur und -strukturen, Faire Beschäftigungs- und Entgeltpolitik, Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung einschließlich Work-Life-Balance/flexible Arbeitszeiten, Gleichstellung und Diversität 90	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit Abbau von Überstunden, Verzicht auf All-inclusive-Verträge, Reduktion der Regelarbeitszeit, Beitrag zur Reduktion der Arbeitslosigkeit 50	C3: Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen Aktive Förderung eines nachhaltigen Lebensstils der MitarbeiterInnen (Mobilität, Ernährung), Weiterbildung und Bewusstsein schaffende Maßnahmen, nachhaltige Organisationskultur 30	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens Geringe innerbetriebliche Einkommensspreizung (netto), Einhaltung von Mindesteinkommen und Höchsteinkommen 60	C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz Umfassende innerbetriebliche Transparenz, Wahl der Führungskräfte durch die Mitarbeiter, konsensuale Mitbestimmung bei Grundsatz- und Rahmenentscheidungen, Übergabe Eigentum an MitarbeiterInnen. Z.B. Soziokratie 90
D) KundInnen / Produkte / Dienstleistungen / Mitunternehmen	D1: Ethische Kundenbeziehung Ethischer Umgang mit KundInnen, KundInnenorientierung/ -mitbestimmung, gemeinsame Produktentwicklung, hohe Servicequalität, hohe Produkttransparenz 50	D2: Solidarität mit Mitunternehmen Weitergabe von Information, Know-how, Arbeitskräften, Aufträgen, zinsfreien Krediten; Beteiligung an kooperativem Marketing und kooperativer Krisenbewältigung 70	D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen Angebot ökologisch höherwertiger Produkte/Dienstleistungen; Bewusstsein schaffende Maßnahmen; Berücksichtigung ökologischer Aspekte bei der KundInnenwahl 90	D4: Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen Informationen/Produkten/Dienstleistungen für benachteiligte KundInnen-Gruppen. Unterstützung förderungswürdiger Marktstrukturen. 30	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards Vorbildwirkung, Entwicklung von höheren Standards mit MitbewerberInnen, Lobbying 30
E) Gesellschaftliches Umfeld: Region, Souverän, zukünftige Generationen, Zivilgesellschaft, Mitmenschen und Natur	E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte/Dienstleistungen P/DL decken den Grundbedarf oder dienen der Entwicklung der Menschen /der Gemeinschaft/der Erde und generieren positiven Nutzen. 90	E2: Beitrag zum Gemeinwesen Gegenseitige Unterstützung und Kooperation durch Finanzmittel, Dienstleistungen, Produkte, Logistik, Zeit, Know-How, Wissen, Kontakte, Einfluss 40	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen Reduktion der Umweltauswirkungen auf ein zukunftsfähiges Niveau: Ressourcen, Energie & Klima, Emissionen, Abfälle etc. 70	E4: Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung Sinkende/ keine Gewinnausschüttung an Externe, Ausschüttung an Mitarbeiter, Stärkung des Eigenkapitals, sozial-ökologische Investitionen 60	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung Gemeinwohl- oder Nachhaltigkeitsbericht, Mitbestimmung von regionalen und zivilgesellschaftlichen Berührungsguppen 30
Negativ-Kriterien	Verletzung der ILO-Arbeitsnormen/ Menschenrechte -200 Menschenunwürdige Produkte, z.B. Tretminen, Atomstrom, GMO -200 Beschaffung bei / Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen -150	Feindliche Übernahme -200 Sperrpatente -100 Dumpingpreise -200	Illegitime Umweltbelastungen -200 Verstöße gegen Umweltauflagen -200 Geplante Obsoleszenz (kurze Lebensdauer der Produkte) -100	Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens -200 Arbeitsplatzabbau oder Standortverlagerung bei Gewinn -150 Umgehung der Steuerpflicht -200 Keine unangemessene Verzinsung für nicht mitarbeitende Gesellschafter -200	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Töchter -100 Verhinderung eines Betriebsrats -150 Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbies / Eintragung in das EU-Lobbyregister -200 Exzessive Einkommensspreizung -100

Detaillierte Beschreibung zu den Indikatoren finden sich im Handbuch zur Gemeinwohnbilanz auf www.gemeinwohl-oekonomie.org und im Redaktionswiki unter <https://wiki.gwoe.net/display/Redaktion/Home>. Rückmeldungen an die jeweiligen Redakteure sind sehr erwünscht.

ZNU-STANDARD NACHHALTIGER WIRTSCHAFTEN FOOD

Entstehung

- Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung, Universität Witten/Herdecke
- Zertifizierung: TÜV Rheinland Cert (ab 2014 Öffnung Zertifizierung für alle interessierten Zertifizierungsgesellschaften)
- Herstellerunternehmen (Pilotunternehmen u.a. Ritter Sport, Teutoburger Ölmühle), Handel, wissenschaftl. Expertengremium

Zielgruppe: Herstellerunternehmen der Lebensmittelwirtschaft

Bezug zu anderen Standards

u.a. DNK, ISO 26000, BSCI, GRI, UN Global Compact, FAO/SAFA, GSCP, ISEAL

ZNU-STANDARD NACH- HALTIGER WIRTSCHAFTEN FOOD

Motivation/Idee:

- **Entwicklung eines integrierten Managementsystems zum nachhaltigeren Wirtschaften**
- **Größere Transparenz in Nachhaltigkeitsaktivitäten der Akteure bringen.**
- **Nachhaltigkeitsaktivitäten strukturieren, weiterentwickeln und glaubwürdig in Richtung der Anspruchsgruppen kommunizieren.**

ZNU-STANDARD NACHHALTIGER WIRTSCHAFTEN FOOD

Kriterien

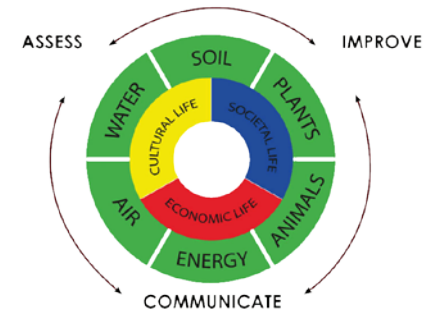
7 Handlungsfelder zur nachhaltigen Unternehmensführung:

- Früherkennung, Leitbild, Ziele, Kapazität, Lernprozess/Bildung, Diagnose, Anspruchsgruppenbildung

9 Handlungsfelder zu zentralen Nachhaltigkeitsthemen der Branche:

- Klima/Energie, Ressourcen, Biodiversität/ Tierschutz, nachhaltige Wertschöpfung/Faire Bezahlung, Qualität/Verbraucherschutz, gesellschaftliche Einflussnahme/Antikorruption, Menschenrechte, Gesundheit, Diversity/Demografie

NACHHALTIGKEITSBLUME



Entstehung

"International Association of Partnership in Ecology and Trade" (IAP) (u.a. Soil and More International, Ambootia [Indien], SEKEM [Ägypten], Lebensbaum, Rapunzel, Eosta [Holland], Alnatura, Sustainable Foods Trust und andere)

Zielgruppe: Landwirte, Lebensmittelhersteller (oder Produzenten anderer landwirtsch. Rohstoffe) und Händler

Bezug zu anderen Standards

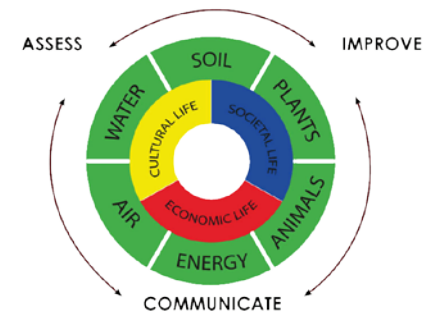
GRI-Indikatoren, ISO 26000, GWÖ, UN Global Compact Communication on Progress, FAO/SAFA

Indikatoren

Ökologie - 6 Dimensionen: Boden, Wasser, Luft, Pflanzen, Tiere, Energie.
Menschliche Dimensionen: Ökonomisches, Soziales und Kulturelles Leben



NACHHALTIGKEITSBLUME



Motivation/Idee:

- Referenzrahmen, kein Standard
- Transparenz schaffen & Ausbeutung durch Solidarität ersetzen - partnerschaftlicher Umgang
- Relevante Themen für die Landwirtschaft + ganzheitlich definierte Umweltdimensionen, angepasst an landwirtschaftliche Wertschöpfungsprozesse
- Sehr flexibles System, individuelle Funktionsweise, vielfältige Nutzbarkeit, konstante Weiterentwicklung
- Interne Evaluation & Beurteilung von Lieferanten
- Nicht auf Zertifizierung ausgelegt, aber möglich

GLOBAL REPORTING INITIATIVE



Entstehung

- **GRI = Non-for-profit-Organisation, Gründung in Boston 1997, erste Guidelines 2000, globaler Multi-Stakeholder Prozess**
- **Partnerschaften: United Nations Environment Programme (UNEP), UN Global Compact, Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), ISO und weiteren**

Zielgruppe

- **Organisationen jeder Größe und jeden Typs und Sektors**
- **Nutzung von Tausenden von Organisationen weltweit als Grundlage für die Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten**

Bezug zu anderen Standards

OECD Guidelines for Multinational Enterprises, UN Global Compact „Ten Principles“, UN Guiding Principles on Business and Human Rights)



GLOBAL REPORTING INITIATIVE



Motivation/Idee:

- **Grundlagendokument für die Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten**
- **Berichtswesen, das Methoden zum Messen von und Berichten über Nachhaltigkeitsleistungen bereitstellt**

Inhalt:

- **Grundsätze Berichterstattung**
- **Allgemeine & spezifische Standardangaben**
 - **Indikatoren in den Kategorien Ökonomisch, Ökologisch und Sozial**

Vergleich der 4 Ansätze

	Motivation/ Idee	Bezug zu anderen Standards	Kriterien- verfüg- barkeit	Weiterent- wicklung
GWÖ	politisch, Änderung Wirtschaftssystem, Steuervergünstigungen	Kompatibilität/Kooperationen mit EMAS, ISO 14001, GRI, EFQM, GISR, AA1000, USA B Corps und Nachhaltigkeits- Monitor des BNN werden angestrebt.	ja, komplett	Matrixteam + alle interessierten Anspruchsgruppen Bewegung versteht sich als ergebnisoffener, partizipativer Prozess.
ZNU	Nachhaltigkeitsaktivitäten strukturieren, Kommunikation mit Anspruchsgruppen	GRI, ISO 26000, UN Global Compact, FAO/SAFA, DNK, BSCI, GSCP, ISEAL	komplette Kriterien gegen Entgelt	Team im ZNU, das sich mit Standard beschäftigt (beinhaltet auch Unternehmen)
Nachhaltig- keitsblume	Transparenz schaffen, partnerschaftlichen Umgang ermöglichen, Selbstevaluation	GRI-Indikatoren, ISO 26000, GWÖ, UN Global Compact Communication on Progress, FAO/SAFA, IFOAM/SOAN (in Entwicklung)	wahrscheinlich ja, zurzeit noch eingeschränkt	Soil & More Foundation im Austausch mit teilnehmenden Unternehmen
GRI	Verstehen und Kommunizieren von Nachhaltigkeits- leistungen	OECD Guidelines for Multinational Enterprises, UN Global Compact „Ten Principles“, UN Guiding Principles on Business and Human Rights	ja, komplett	Globales Netzwerk / alle interessierten Anspruchsgruppen

AKTUELLER STAND & AUSBLICK

- **Es gibt ernstzunehmende Ansätze**
- **Weltweite Verbreitung? Hohe Durchschlagskraft?**
- **Gemeinsame Sprache für Nachhaltigkeit?**
- **Offenes Feld für weitere Standards mit internationaler Legitimierung**