

Die Gemeinwohl-Ökonomie in Südtirol

Jörn Wiedemann

Tagung „Nachhaltige Stadtentwicklung“
24. Oktober 2015, Augsburg



ACKNOWLEDGED BY



UNITED NATIONS
UNIVERSITY

terra 
institute

Das Terra Institut ist ein Think und Do Tank für nachhaltiges Wirtschaften und systemischer Organisationsentwicklung. Durch Beratung, Coaching, Fortbildungen und Forschung setzen wir Impulse für die Entwicklung einer neuen und nachhaltigen Wirtschaft und einem friedvollen Miteinander, indem wir die kreativen, dynamischen und innovativen Kräfte von Unternehmen und Gemeinden mobilisieren.

Wir entwickeln und begleiten Leuchtturmunternehmen und -gemeinden.

Gründer (2009): Evelyn Oberleiter und Günther Reifer



Terra-Team: rund 25 ehemalige Führungskräfte / Berater

Büros: Italien, Deutschland, Österreich, England, Schweiz

Kunden: weltweit - über sämtliche Branchen hinweg in

Vereinten Nationen: 2012 als offizielles Kompetenzzentrum für «Nachhaltige Entwicklung» ausgezeichnet (insgesamt 116 weltweit)

Terra Stiftung: «Be the Change Stiftung für kulturellen Wandel» (D)



ACKNOWLEDGED BY



B2C



A collection of logos for B2C clients, including: Loacker, otto group, PrivateBanking, Raiffeisenbank Lech am Arlberg, TEAM7, Hermes, soligno RUBNER, SMG. Südtirol Marketing, Sparda-Bank freundlich & fair, Volksbank Banca Popolare, SALEWA, and Raiffeisen.

B2B



A collection of logos for B2B clients, including: APPARATEBAU PERFORMANCE IN HIGH-GRADE STEEL, maico, K&D, Schmidhammer.it, Sparda-Consult, SCHACHINGER LOGISTIK, RAFFMETAL THE ALUMINIUM EVOLUTION, valsir, MARVON, and OLI.

Regional development



Logos for regional development projects: SÜDTIROL, SALZBURG feel the inspiration., and GNH Centre Bhutan Gross National Happiness In Action.

Scientific Partners

AUTONOME
PROVINZ
BOZEN
SÜDTIROL



PROVINCIA
AUTONOMA
DI BOLZANO
ALTO ADIGE



EUROPAREGION
EUREGIO
Tirol Südtirol Trentino
Tirolo Alto Adige Trentino



B.A.U.M.

BILDUNGSHAUS



KLOSTER
NEUSTIFT
ABBAZIA
DI NOVACELLA



Deutscher
NACHHALTIGKEITS
Kodex
Schulungspartner 2015



EURAC
education



GEMEINWOHL
ÖKONOMIE Ein Wirtschaftsmodell
mit Zukunft



deutsches
csr-forum



Zürcher Hochschule
für Angewandte Wissenschaften



Life Sciences und
Facility Management

IUNR Institut für Umwelt und
Natürliche Ressourcen



Institute of
Leadership &
Management



UNITED NATIONS
UNIVERSITY



HNE
Eberswalde

Hochschule für nachhaltige Entwicklung (FH)



GNH Centre Bhutan
Gross National Happiness In Action

Nachhaltigkeit lernen

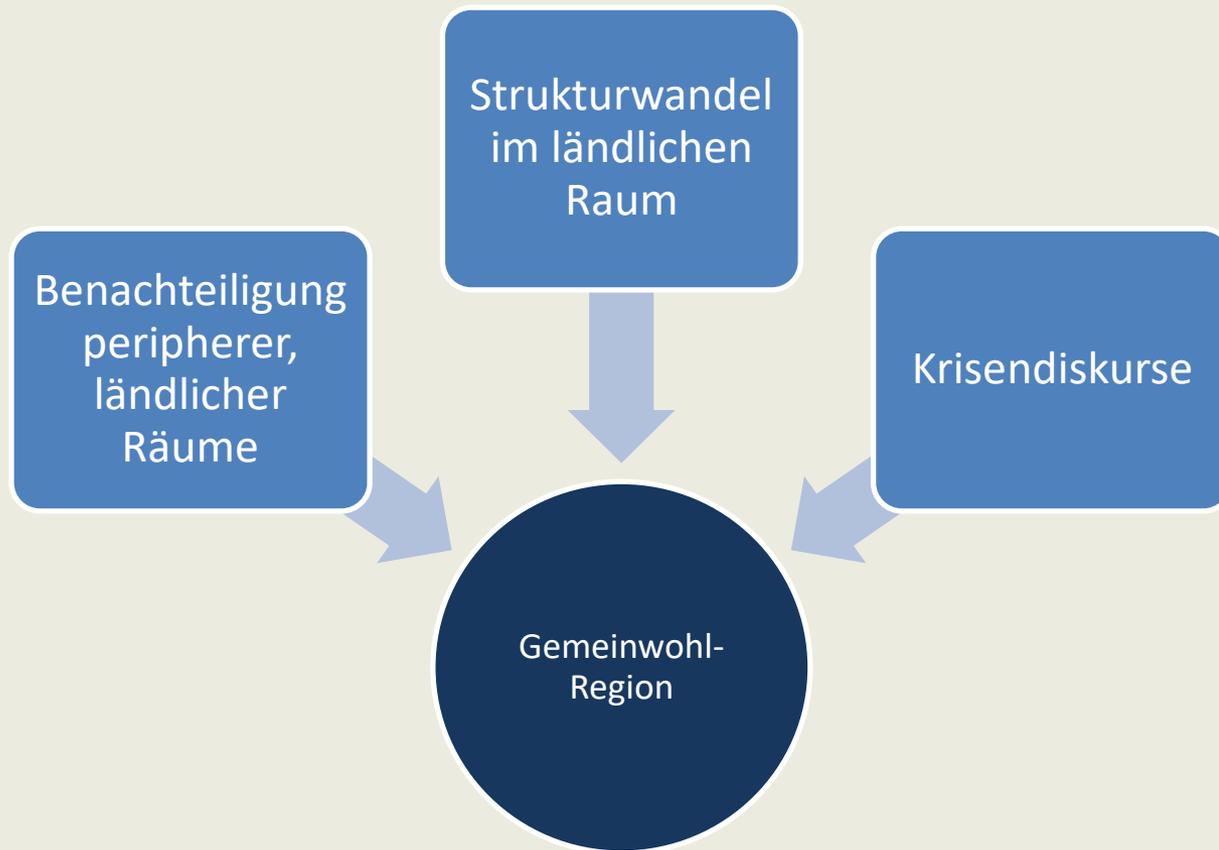


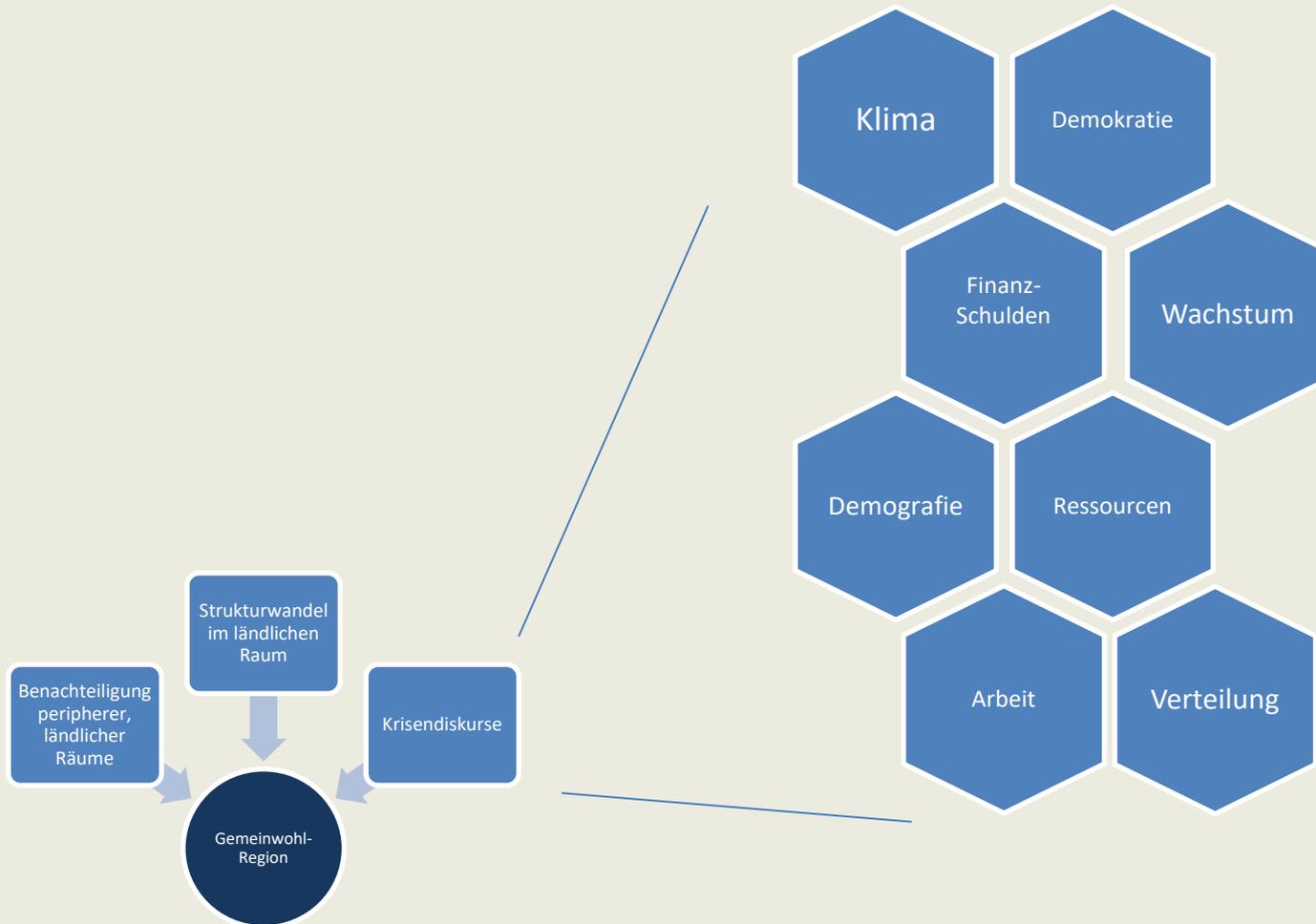
Weltdekade der
Vereinten Nationen
2005-2014
Bildung für
nachhaltige
Entwicklung

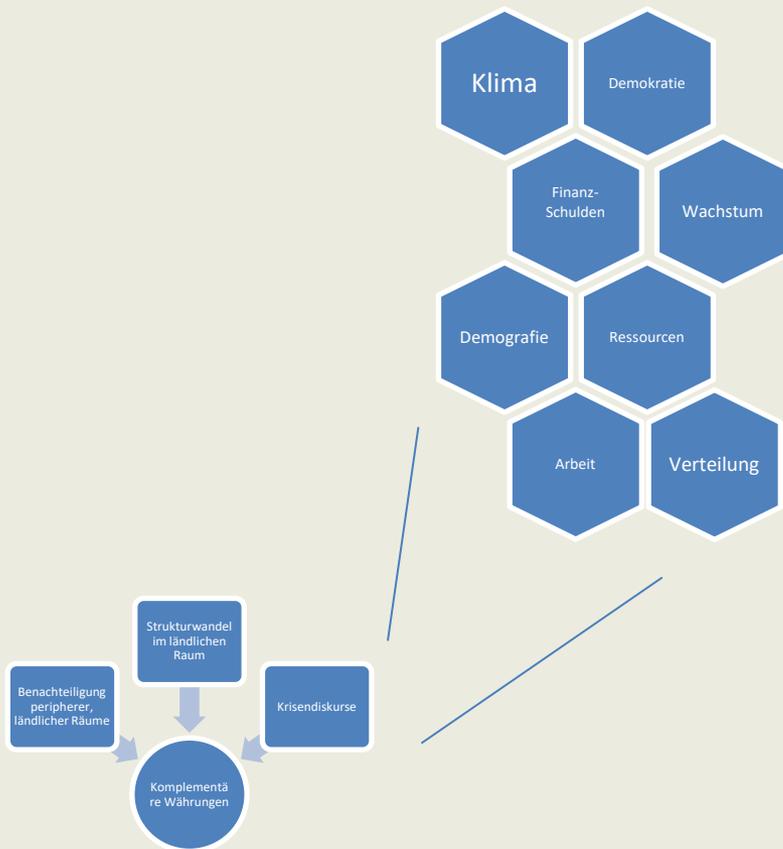




GEMEINWOHL
ÖKONOMIE Ein Wirtschaftsmodell
mit Zukunft







- Standortnachteil
- Abfluss der Wertschöpfung
- Druck auf KMU
- Arbeitsplatzverlust
- Abwanderung
- Druck auf Grund und Boden
- Kapitalabfluss

Ständiges
Wachstum

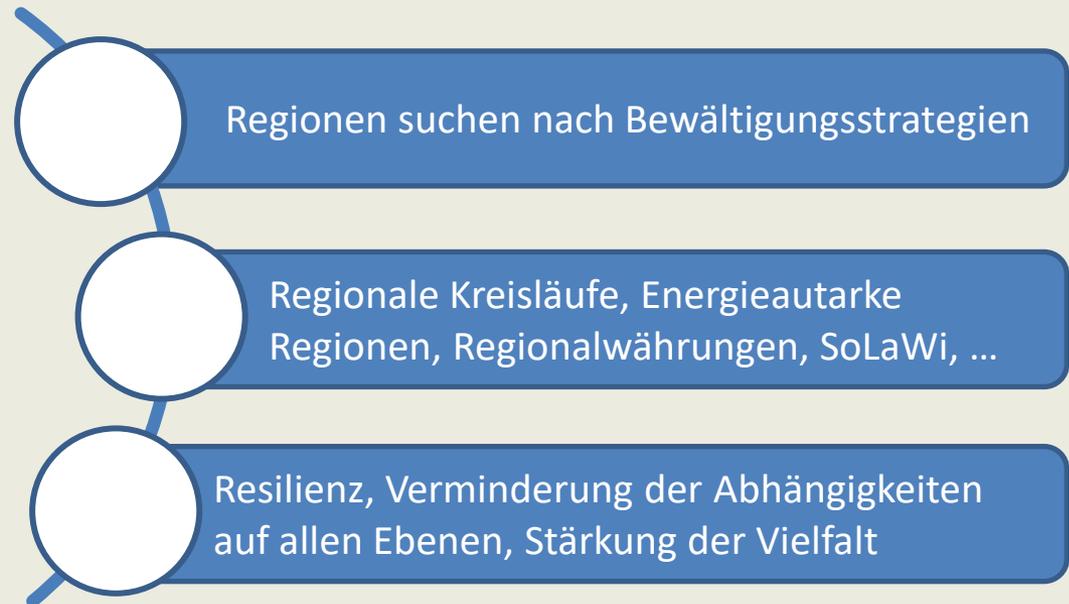
- Effizienz
- Wettbewerb
- Konsum

Erhöht Druck auf
periphere Gebiete

Jenseits des
Wachstum

- Resilienz
- Kooperation
- Subsistenz,
Suffizienz

Lösungen im Kleinen



PROJEKTVISION

Im Vinschgau entscheiden wir selbst, welche Werte wir – in der Wirtschaft, in der Gesellschaft, in uns – leben möchten. Wir möchten mehr Kooperation, weniger Konkurrenz, altes „Kirchturmdenken“ abstellen und Beziehungen untereinander stärken.

Wir möchten Verantwortung übernehmen – für uns, die zukünftigen Generationen und die Welt. Zugleich möchten wir unser schönes Tal stärken, mehr Transparenz und Partizipation schaffen, bestehende Dinge zusammenbringen und ein Best Practice Modell – das auch für andere Regionen Impulse geben kann, darstellen.

Diesen Weg möchten wir gemeinsam mit allen, die mitmachen möchten, gehen. Jeder ist dazu eingeladen.

PROJEKTVISION

Im Vinschgau entscheiden wir selbst, welche Werte wir – in der Wirtschaft, in der Gesellschaft, in uns – leben möchten. Wir möchten mehr Kooperation, weniger Konkurrenz, altes „Kirchturmdenken“ abstellen und Beziehungen untereinander stärken.

Wir möchten Verantwortung übernehmen – für uns, die zukünftigen Generationen und die Welt. Zugleich möchten wir unser schönes Tal stärken, mehr Transparenz und Partizipation schaffen, bestehende Dinge zusammenbringen und ein Best Practice Modell – das auch für andere Regionen Impulse geben kann, darstellen.

Diesen Weg möchten wir gemeinsam mit allen, die mitmachen möchten, gehen. Jeder ist dazu eingeladen.

FOLGENDE PROJEKT-ZIELE HABEN WIR UNS IM RAH- MEN DIESES ERSTEN PRO- ZESSES GESTELLT:

- Unterstützung von Kooperation und gemeinwohlfördernden Maßnahmen und Werten
- Stärkung lokaler und regionaler Kreisläufe sowie peripherer Regionen
- Gegenseitige Solidarität und Wertedialog unter den Bürgern und Wirtschaftstreibenden
- Lokale Beschaffung, Bildung und bewusstseinsbildende Maßnahmen
- Neue Definition von Erfolg und Messung der allgemeinen Zufriedenheit
- Vernetzung mit anderen Gemeinwohlgemeinden/-regionen

terra 
institute

SÜDTIROL


GEMEINWOHL 
ÖKONOMIE Ein Wirtschaftsmodell
mit Zukunft

GEMEINWOHL-MATRIX 4.0

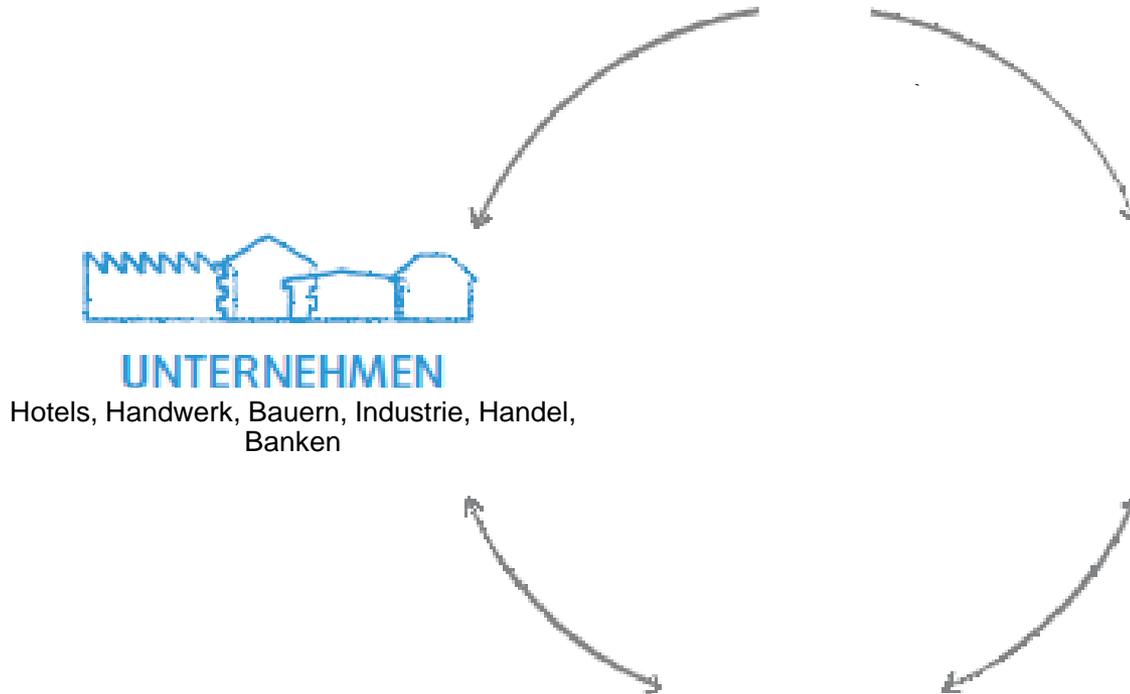
Diese Version gilt für alle Bilanzen, die ab dem 1. März 2012 für das zurückliegende Bilanzjahr eingereicht werden.

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 Sicherstellung humaner Arbeitsbedingungen, Förderung physischer Gesundheit und psychischem Wohlbefindens, Selbstorganisation und Sinnstiftung am Arbeitsplatz, Life Balance; Gleichstellung / Inklusion Benachteiligter 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 Entscheidungs-/ Finanztransparenz, Mitentscheidung der MitarbeiterInnen bei operativen, strategischen Entscheidungen, Wahl der Führungskräfte, Übergabe Eigentum an MitarbeiterInnen, z.B. Soziokratie 90	
D) KundInnen / Produkte / Dienstleistungen / Mitunternehmen	D1: Ethisches Verkaufen KundInnenorientierung / -mitbestimmung, Kooperation mit Verbraucherrinnenschutz, Schulungen ethisches Verkaufen, ethisches Marketing, ethisch angepasstes Bonussystem 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 Soziale Staffelung der Preise, Barrierefreiheit, spezielle Produkte für benachteiligte KundInnen 30	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards Vorbildwirkung, Entwicklung von höheren Standards mit MitbewerberInnen, Lobbying 30	
E) Gesellschaftliches Umfeld: Region, Souverän, zukünftige Generationen, Mitmenschen und Natur weltweit	E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / DL Sinnhaftigkeit der Produkte unter Berücksichtigung nachhaltiger Lebensstile 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: Minimierung der Gewinnausschüttung an Externe Nichtverzinsung oder nur Inflationsausgleich für das Kapital nicht mitarbeitender EigentümerInnen 60	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung Berichterstattung nach Global Reporting Initiative (GRI), Gemeinwohlbericht, Stakeholder-Mitbestimmung 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	Massive Umweltbelastungen für Ökosysteme -200 Grobe Verstöße gegen Umweltauflagen (z.B.: Grenzwerte) -150 Geplante Obsoleszenz (kurze Lebensdauer der Produkte) -100	Ungleichbezahlung von Frauen und Männern -200 Arbeitsplatzabbau oder Standortverlagerungen bei Gewinn -150 Töchter in Steueroasen -200 Eigenkapitalverzinsung > 10 % -200	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Töchter -100 Verhinderung eines Betriebsrats -150 Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbies / Eintragung in das EU-Lobbyregister -200	

Detaillierte Beschreibungen zu den Kriterien finden sich in der Dokumentation zur Gemeinwohllanz auf www.gemeinwohl-oekonomie.org unter der Rubrik PionierInnen. Rückmeldung bitte an die dort angegebenen Indikatorenverantwortlichen.

Kooperation statt Konkurrenz

Wohlstand für alle



Gemeinwohl-Bilanz



Regional-Währung



Regionale Produkte

Südtiroler - GWÖ Unternehmen





Agenda

1. Begrüßung der Teilnehmer/innen
2. Einführung in die Veranstaltung
3. Präsentation der Inhalte
4. Diskussion der Inhalte
5. Zusammenfassung
6. Abschluss

Agenda

1. Begrüßung der Teilnehmer/innen
2. Einführung in die Veranstaltung
3. Präsentation der Inhalte
4. Diskussion der Inhalte
5. Zusammenfassung
6. Abschluss

Agenda

1. Begrüßung der Teilnehmer/innen
2. Einführung in die Veranstaltung
3. Präsentation der Inhalte
4. Diskussion der Inhalte
5. Zusammenfassung
6. Abschluss

2013 Gemeinwohlbericht - Bilancio del bene comune Drumlerhof

Die Natur als Vorbild *La natura come modello*

GEMEINWOHLBERICHT

BILANCIO DEL BENE COMUNE



Wir vom Drumlerhof sind der Überzeugung, dass das Wirtschaftsmodell der Zukunft dem Gemeinwohl dienen soll und nicht nur dem Selbstwohl und dem finanziellen Gewinn. Wirtschaft muss wieder humaner, verschleißtauglicher, inklusiver, sozialer, ökologischer und diversitärer werden – für Menschen, die Lebewesen und die tierarzneiliche Beziehung zwischen ihnen in der Mischung aufleben. Dazu der reiche Naturgenuss sagt: noch lange nicht über Gewinne wie die Selbstverwirklichung, demokratische Mitbestimmung, die Gleichstellung zwischen den Geschlechtern, Lebensqualität oder ökologische Nachhaltigkeit auskommen, er sagt nichts über die Mischung des Gemeinwohls auf. Doch wir haben für uns eine Möglichkeit erdacht: genau diese erweisen, was wirklich zählt, nämlich das Wohl aller. Und das tun wir, indem wir das Modell des Gemeinwohl-Bilanz, die wir mit Hilfe des „terra institute“ erstellen.

Noi del Drumlerhof siamo convinti che il modello economico del futuro debba essere al servizio del bene comune anziché del bene personale del vano profitto finanziario. L'economia deve tornare ad essere più umana, più legata al valore, più inclusiva, più sociale, più ecologica e più democratica – per noi, per l'uomo, tutti gli esseri viventi ed il rapporto di armonia che li regge in natura. Il profitto finanziario non porta alcun contributo a valori sostanziali: quindi il soddisfacimento di bisogni primari, parità di genere, democrazia, qualità di vita e sostenibilità ecologica. In nessun caso si dice nulla sull'armonia del bene comune! Di fatto noi abbiamo scoperto una possibilità di trovare proprio ciò che vorremmo, ossia il bene di tutti (armonia). Questo armonizzarlo si identifica nel bilancio del bene comune. In tal modo è nata qualcosa grazie al supporto di "terra institute".



Herold Drumlerhof 2
Wald in Gemeinwohl-Bilanz 2
Die Harmonie des bene comune 2
Gemeinwohl-Bilanz 4
Gemeinwohl-Matrix 5
Matrix des bene comune 5
Indikatoren 6
Wie werden Natur-Übergänge 13
Die Harmonie des bene comune 14
Das gemeinschaftliche Weg 14
Passare avanti in comune 14

Pillola La Pietra
Via C. del 1848, 29123 Comano
Tel. +39 0461 29123 Comano
www.terra-institute.it

PILLS

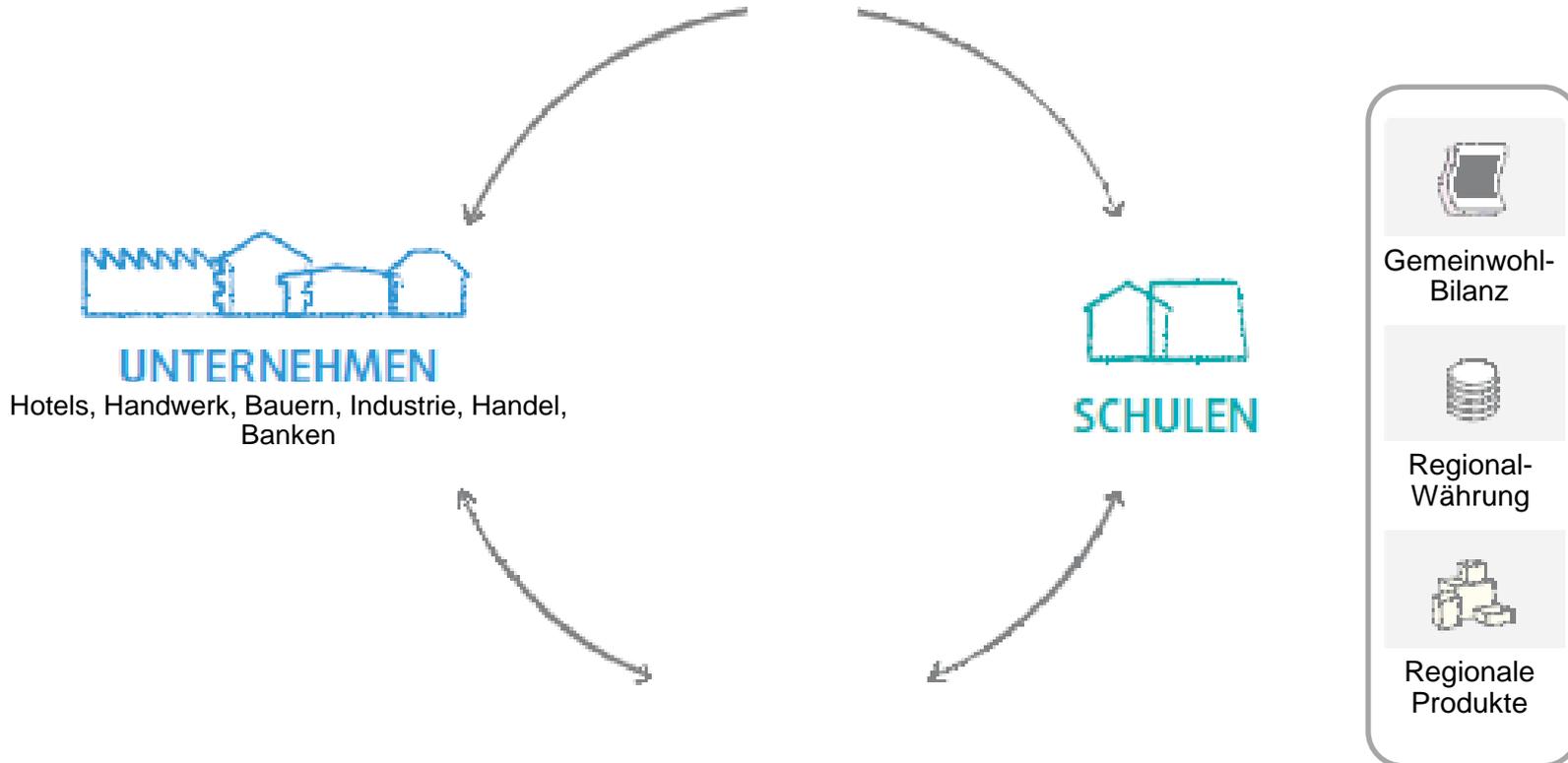
for Dolomite fans only!
Formule del bene comune - per la vita buona
Armonizzare il tuo regime geografico al tuo

Nr. 01.



Kooperation statt Konkurrenz

Wohlstand für alle





ACKNOWLEDGED BY



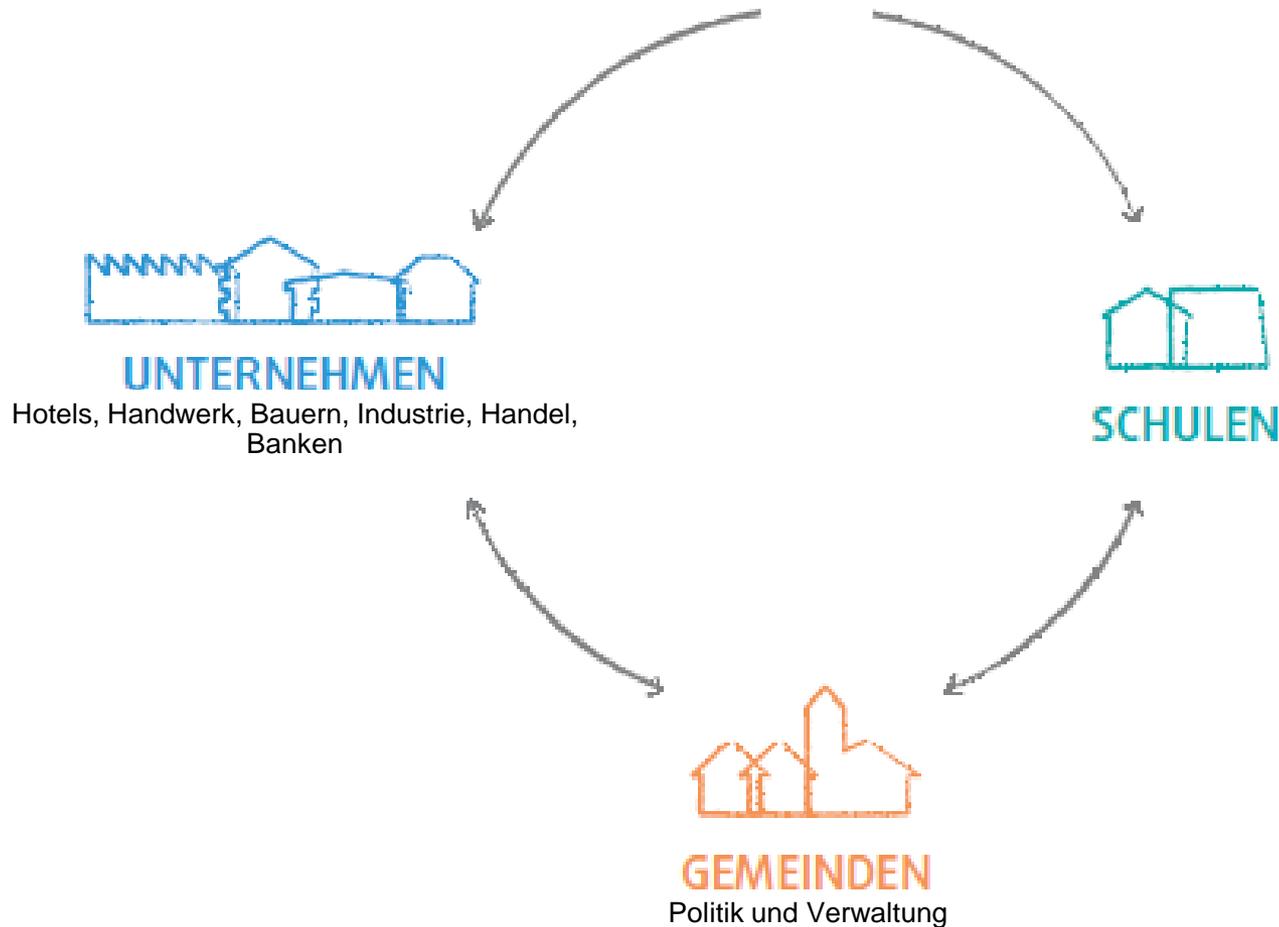
UNITED NATIONS
UNIVERSITY



FREIE UNIVERSITÄT BOZEN
LIBERA UNIVERSITÀ DI BOLZANO
UNIVERSITÀ LIEGIDA DE BULSAN

Kooperation statt Konkurrenz

Wohlstand für alle



- 
Gemeinwohl-Bilanz
- 
Regional-Währung
- 
Regionale Produkte

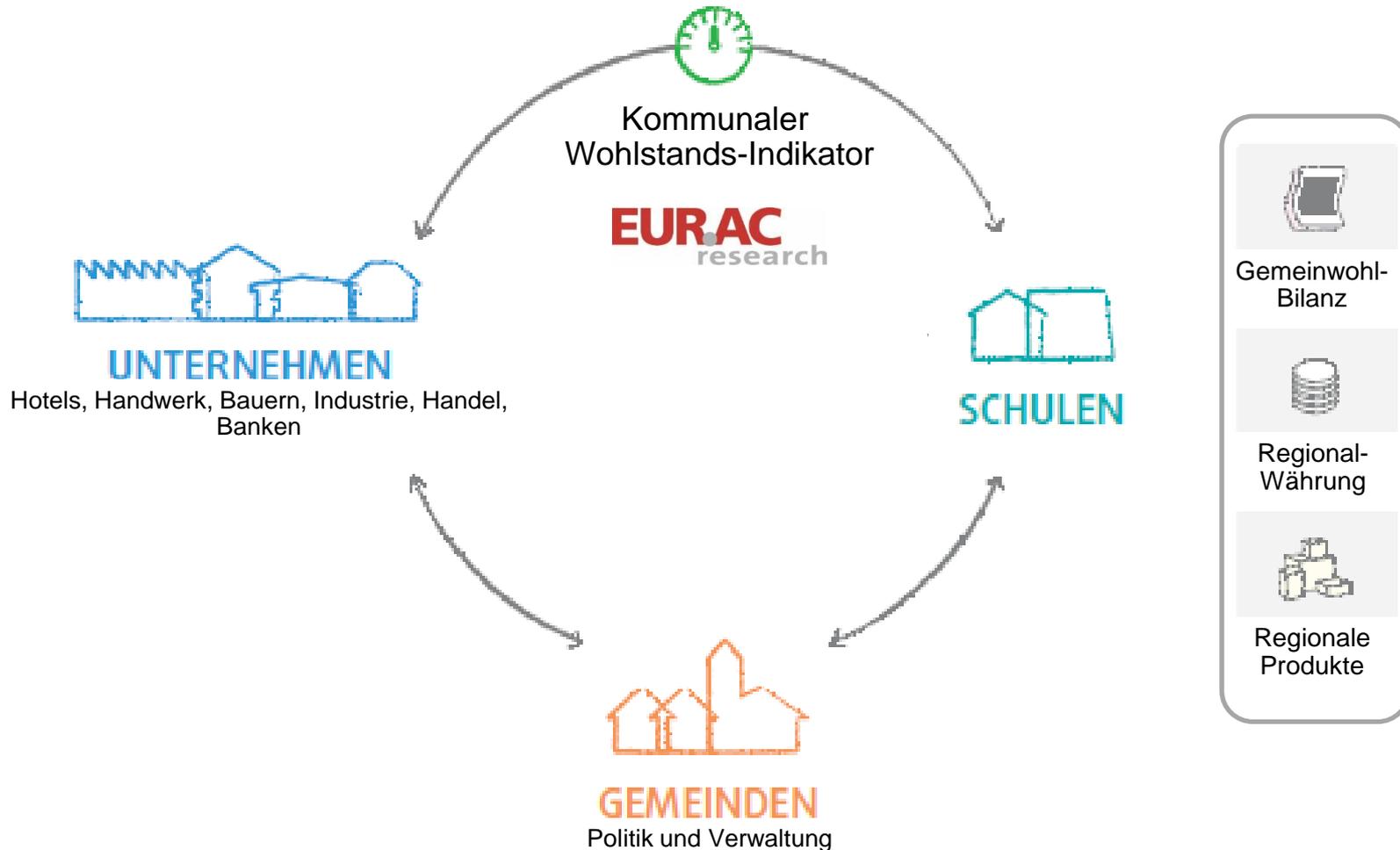




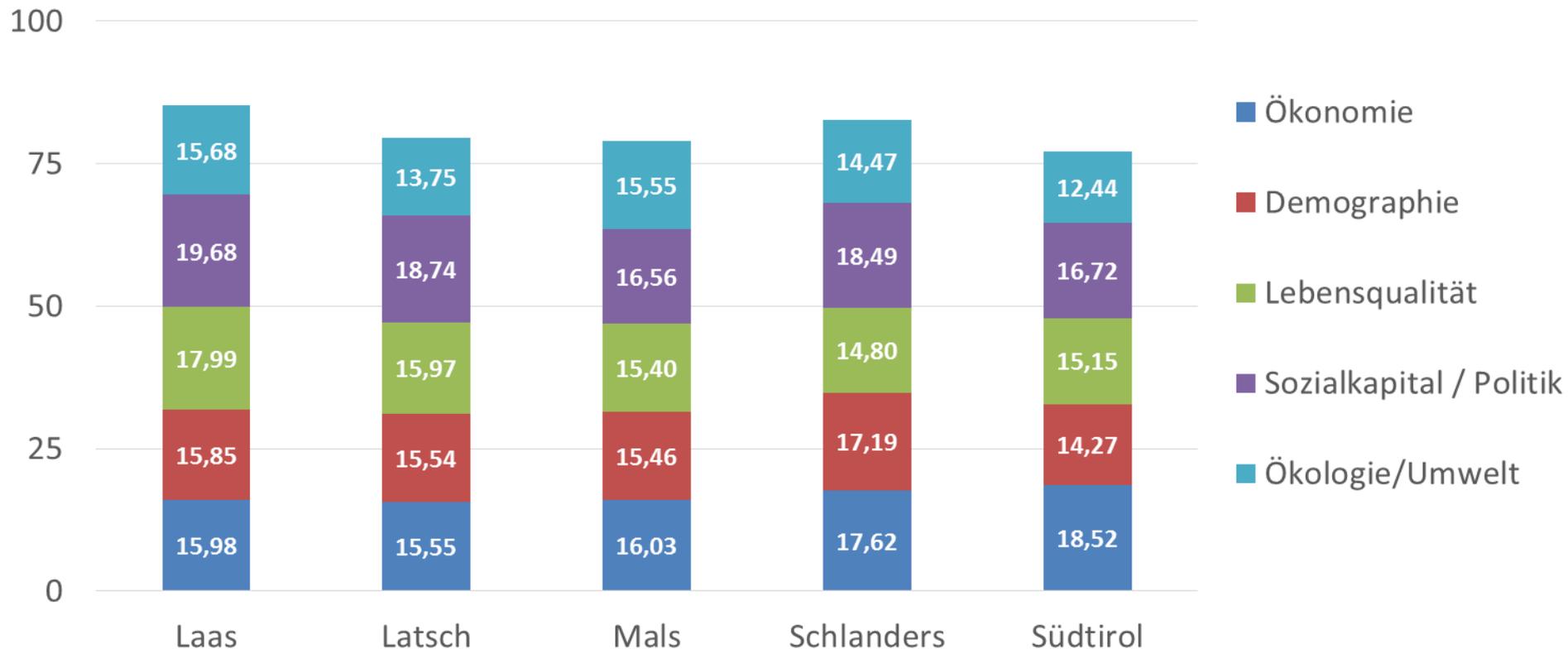


Kooperation statt Konkurrenz

Wohlstand für alle



Verteilung des Gemeinwohlindezes auf die Themen



Kooperation statt Konkurrenz

Wohlstand für alle



-  Gemeinwohl-Bilanz
-  Regional-Währung
-  Regionale Produkte



Nachhaltig und ressourcenschonend wirtschaften

VINSCHGAU (no). Wirtschaften müsse nachhaltig und ressourcenschonend sein, betonte Landeshauptmann Arno Kompatscher bei seinem ersten offiziellen Auftritt im Vinschgau. Hier sei auch die neue Lan-

desregierung gefordert. „Ich freue mich, dass die Gemeinden im Vinschgau auf diesem Weg voran gehen.“ Man wolle das Wohlbefinden steigern, allerdings nicht auf Kosten der nachfolgenden Generationen. ☐





Südtiroler Landtag
Consiglio della Provincia autonoma di Bolzano
Consili della Provincia autonoma di Bolzano

TAGESORDNUNG NR. 21
zu den Landesgesetzentwürfen
Nr. 25/14 und Nr. 26/14

ORDINE DEL GIORNO N. 21
ai disegni di legge provinciale
n. 25/14 e n. 26/14

Gemeinwohl Ökonomie

Die Gemeinwohl-Ökonomie bezeichnet ein alternatives Wirtschaftssystem, das auf gemeinwohlfördernden Werten aufgebaut ist. Gemeinwohl-Ökonomie ist ein Veränderungshebel auf wirtschaftlicher, politischer und gesellschaftlicher Ebene – eine Brücke vom Alten zu Neuem.

Auf wirtschaftlicher Ebene ist sie eine konkret umsetzbare Alternative für Unternehmen verschiedener Größen und Rechtsformen. Der Zweck des Wirtschaftens und die Bewertung von Unternehmenserfolg werden anhand gemeinwohlorientierter Werte definiert.

Auf politischer Ebene steht Gemeinwohl-Ökonomie für eine rechtliche Veränderung, in der jene Unternehmen belohnt werden (Förderungen, Beiträge oder Gemeinwohl-Kriterien bei der Vergabe von öffentlichen Aufträgen, etc.), welche bereits viel für das Gemeinwohl tun. Messbar wird der Verdienst eines Unternehmens für das Gemeinwohl anhand der sogenannten Gemeinwohlabilanz.

Auf gesellschaftlicher Ebene will die Bewegung für die Gemeinwohl-Ökonomie dazu beitragen, Bewusstseinsbildung zu schaffen für einen Systemwandel, der auf dem gemeinsamen, wertschätzenden Tun möglichst vieler Menschen beruht.

Ziel des gemeinwohl-orientierten Wirtschaftstreibens ist die Schaffung hoher Lebensqualität für alle Lebewesen, unterstützt durch ein gemeinwohl-orientiertes Wirtschaftssystem. Menschewürde, globale Fairness und Solidarität, ökologische Nachhaltigkeit, soziale Gerechtigkeit und demokratische Mitbestimmung sind dabei wesentliche Elemente. Profit und Wachstum sind auch in der Gemeinwohlökonomie erlaubt und erwünscht, nur eben nicht einziges und primäres Ziel der Ökonomie.

In Südtirol unterstützen bereits über 100 Unternehmen die Gemeinwohl-Ökonomie, zahlreiche Schulen haben das Thema in den Lehrplan integriert, erste Gemeinden haben ebenfalls das Modell studiert und für sich angewandt. In Zusammenarbeit mit der EU-

Economia del bene comune

L'Economia del Bene Comune (EBC) consiste in un sistema economico alternativo, fondato su valori che promuovono il bene comune. L'economia del bene comune è una leva di cambiamento sul piano economico, politico e sociale – un ponte tra il vecchio ed il nuovo.

Sul piano economico è un'alternativa concretamente praticabile per aziende di diverse dimensioni e forme giuridiche. Scopo dell'impresa e valutazione del successo della stessa vengono definiti secondo i valori orientati al bene comune.

Sul piano politico l'economia del bene comune vuole ottenere cambiamenti normativi, che vadano a premiare (Contributi, Incentivi, criteri orientati al bene comune nell'assegnazione di appalti pubblici ecc.) quelle imprese che si dimostrino meritevoli sul piano del bene. Il Bilancio del bene comune rende misurabile il merito per il bene comune.

Sul piano sociale l'economia del bene comune promuove un'educazione consapevole al cambiamento di paradigma, che stimola il maggior numero di persone ad agire in modo cooperativo e di valorizzazione reciproca.

Scopo di un'economia orientata al bene comune è una elevata qualità della vita per tutti gli esseri viventi. Dignità umana, equità e solidarietà, sostenibilità ambientale, giustizia sociale e la gestione democratica ne sono gli elementi fondamentali. Profitto e crescita sono consentiti e desiderati anche nell'Economia del bene comune, ma non sono unico e primario obiettivo dell'economia.

In Sudtirolo ci sono già oltre 100 aziende che sostengono l'economia del bene comune, numerose scuole hanno integrato l'argomento nel piano di studi, i primi Comuni hanno studiato ed adoperato il modello. In collaborazione con l'EURAC, viene attualmente ela-

Aus diesen Gründen

verpflichtet
der Südtiroler Landtag
die Südtiroler Landesregierung,

1. die aktuellen Förderrichtlinien mit diesem Gedankengut zu ergänzen;
2. bei der Vergabe von öffentlichen Aufträgen gemeinwohlorientierte Unternehmen zu bevorzugen, soweit mit EU-Richtlinien kompatibel;
3. gemeinwohlorientierte Gemeinden bevorzugt zu fördern.

18.12.2014

Was war der Nutzen – Vinschgau (Gespräch mit Bezirkspräsident, Bürgermeistern und ausgewählten Stakeholdern)

- Gemeindeübergreifende Kooperation (Energie, Tourismusvermarktung, etc.); Zusammenhalt und zusammenrücken (weg vom Kirchturmdenken)
- Bewusstseinsprozess unter der Bevölkerung (Kaufkraft, Konsum, Wertschätzung des Lebensraums Vinschgau, etc.)
- Nährboden für viele Projekte im Bereich Nachhaltigkeit (Green Event, Car-Sharing, Car-Sharing für Behindertenbusse, etc.)
- „Dialog“ Bauern – Bevölkerung (Volksabstimmung Mals – Adam & Epfl)
- Stärkung regionaler Kreisläufe: diverse Sozialgenossenschaften sind entstanden (VINTERRA)
- Aufbruchsstimmung wurde erzeugt
- Große Signalwirkung im Land
- Weiterführende Diskussionen in der Bevölkerung
- ...aber, es gibt noch viel Potential

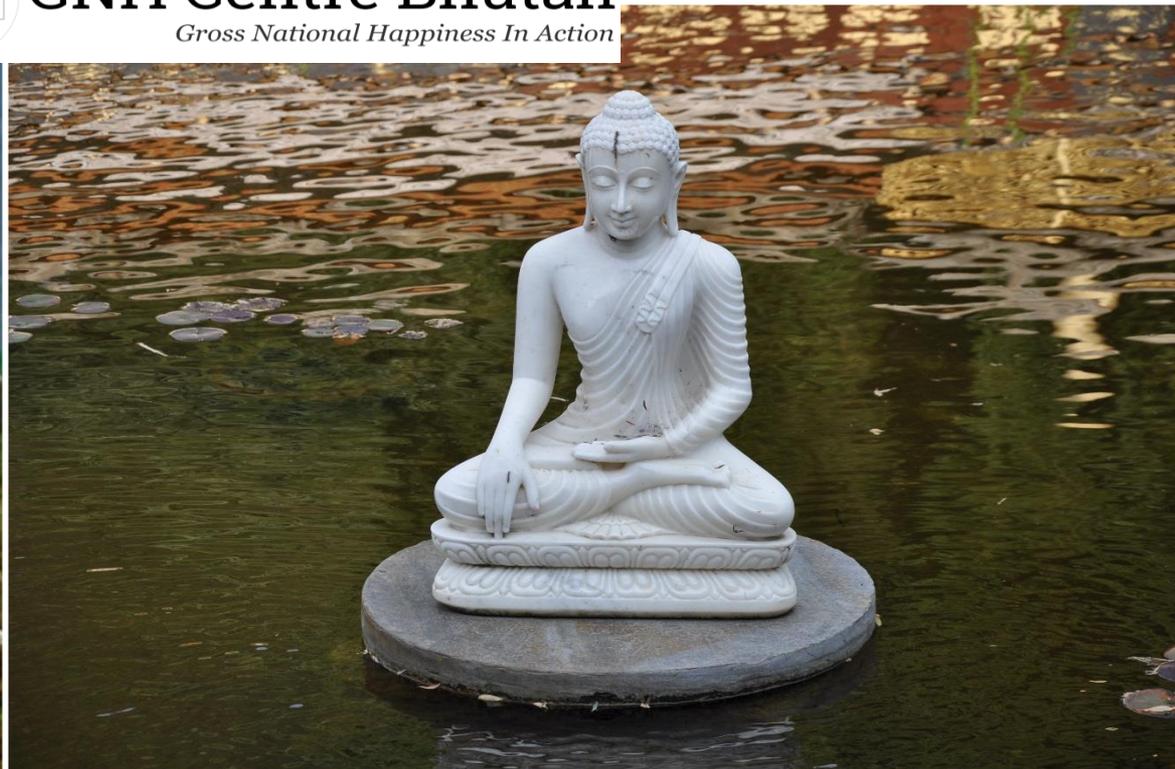


Nächste Schritte in Südtirol

- Umsetzung Gesetzesvorlage (wird derzeit von uns geschrieben)
- Symposium in Zusammenarbeit mit Handelskammer – Zielgruppe: ausschreibende Institutionen
- CSR-Kongress in Zusammenarbeit mit Land und Handelskammer – Zielgruppe: Unternehmen
- Start weiterer Gemeinwohlgruppen:
 - Tourismus (diverse Hotelbetriebe) in Zusammenarbeit mit HGV
 - Unternehmen allgemein
 - Diverse Präsentationen in Schulen, Ausbildung Lehrer (Modul III, 16.11) und Start Gemeinwohbilanz in Schulen
 - Gemeinden: Meran, Kastelruth&Seis&Tiers (Gemeinwohplateu), Tschermers, Algund, Schenna, restliche Gemeinden Vinschgau, etc.
- Parallel entstandene Gemeinwohlprojekte:
 - Moderation / Schlichtung Situation Mals – Pestizide,
 - Flughafen Bozen,
 - LEROP – Landesraumordnungsplan
 - Ausarbeitung Klimaschutzbuch
 - Car-Pooling/Sharing für Behindertenbusse und sonstige Bereiche
 - ...
- Launch Familienbilanz
- Entwicklung Glücksindikator Südtirol – in Kooperation mit GNG-Center Bhutan



GNH Centre Bhutan
Gross National Happiness In Action



- Microeconomic Focus
- Target: Companies
- Bottom up approach
- Key method: ECG-Balance Sheet (17)

- Macroeconomic Focus
- Target: Whole population – politics
- Top down approach
- Key method: GNH-Indicators (33)

STAKEHOLDER	VALUE	Human dignity	Solidarity	Ecological Sustainability	Social Justice	Democratic Co-determination & Transparency
A) Suppliers	A1: Ethical Supply Management Thinking about risks of products / services, considering social and ecological aspects of suppliers and service partners					90
B) Investors	B1: Ethical Financial Management Considering social and ecological aspects when choosing financial services, common good oriented investments and fundings					30
C) Staff Incl. Owners	C1: Job quality as Equality Guaranteeing humane work conditions, advancing physical health and mental well-being, self-organized and meaningful working environment, Life Balance, equal opportunities / inclusion of disadvantaged persons	C2: Just distribution of labor Reduction of overtime working hours, making all-inclusive contracts, reduction of standardized working hours, contribution to the reduction of unemployment	C3: Aspiring and demanding eco-friendly behavior and a sustainable lifestyle of staff members (mobility, food, training and awareness raising activities, sustainable organisational culture)	C4: Just distribution of incomes, low wage dispersion (ratio) within a company, compliance with minimum and maximum incomes	C5: Transparency and co-determination Transparency of decisions and figures, co-determination of staff members on operative strategic decisions, election of executive managers, transferring ownership to staff members (e.g. sociocracy)	90
D) Customers / Products / Services / Business Partners	D1: Ethic sales Customer focus and co-determination, cooperation with consumer associations, trainings in ethic sales, ethical marketing, ethically adjusted bonus schemes	D2: Solidarity with business partners Dissemination of information, know-how, personnel, orders, interest-free loans, participation in cooperative marketing and crisis management	D3: Ecological design of products and services Offering of ecologically superior products/services, awareness rating programmes, consideration of ecological aspects when choosing customer target groups	D4: Social design of products/ services Social grading of prices, no barriers, special products for disadvantaged customers	D5: Raising social and ecological standards within the specific sector, role model effect, development of higher standards together with business partners, lobbying	90
E) Social Environment: Region, society, future generation, global fellow human beings, animals and plants	E1: Social effect and impact of products / services Meaningful products under consideration of sustainable lifestyles	E2: Contribution to the local community Mutual support and cooperation through financial resources, services, products, logistics, time, know-how, knowledge, contacts, influence	E3: Reduction of impact on the environment Reduction of business-specific environmental impact on a sustainable level: resources, energy & climate, emissions, waste etc.	E4: Minimizing distribution of profits to external persons No interest-rates or at most inflationary adjustment of the capital of external owners	E5: Social transparency and co-determination reporting in accordance with Global Reporting Initiative (GRI), Common Welfare Report, co-determination of stakeholders	90
Negative Criteria	Violation of ILO norms and standards / human rights Products not respecting human dignity, e.g. weapons, nuclear power, genetically modified food Acquisition of / cooperation with companies that violate human dignity	Hoaxlike takeover Blocking off patents Dumping prices	Massive environmental pollution Gross violation of environmental standards (e.g. limiting values) Planned obsolescence (short lifespan) Interest rates on equities > 10%	Unequal remuneration for women and men Job cuts or offshoring for profits Subsidaries in tax havens Interest rates on equities > 10%	Non-disclosure of shareholdings and subsidiaries Prohibition of a works council	-200 -100 -200 -150 -100 -200 -100 -100

