

GEMEINWOHL BILANZ 2011 für

Christian Felber, Wien

Manfred Kofranek

| 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 Lieferanten und Dienstleistungspartnern | | | | | 10 |
| B) GeldgeberInnen | B1: Ethisches Finanzmanagement Berücksichtigung sozialer und ökologischer Aspekte bei der Auswahl der Finanzdienstleistungen; gemeinwohlorientierte Veranlagung und Finanzierung | | | | | 2 |
| C) MitarbeiterInnen inkl. EigentümerInnen | C1: Arbeitsplatzqualität Sicherstellung humaner Arbeitsbedingungen, Förderung physischer Gesundheit und psychischem Wohlbefindens, Selbstorganisation und Sinnstiftung am Arbeitsplatz, Freiraum für Familie und persönliche Entfaltung (Work-Life-Balance) | C2: Gerechte Verteilung des Arbeitsvolumens Abbau von Überstunden, Verzicht auf All-inclusive-Verträge, Reduktion der Regelarbeitszeit, Beitrag zur Reduktion der Arbeitslosigkeit | C3: Fo/örderung ökologisches Verhalten der MitarbeiterInnen Aktive Förderung eines nachhaltigen Lebensstils der MitarbeiterInnen (Mobilität, Ernährung), Weiterbildung und Bewusstsein schaffende Maßnahmen, nachhaltige Organisationskultur | C4: Gerechte Verteilung des Einkommens Geringe innerbetriebliche Einkommensspreizung (netto), Einhaltung von Mindesteinkommen und Höchsteinkommen C5: Gleichstellung / Inklusion Benachteiligter Gender, MigrantInnen, Menschen mit besonderen Bedürfnissen | C6: Innerbetriebliche Transparenz und Mitbestimmung Entscheidungs-/ Finanztransparenz, Mitentscheidung der MitarbeiterInnen bei operativen, strategischen Entscheidungen, Wahl der Führungskräfte, Übergabe Eigentum an MitarbeiterInnen, z.B. Soziokratie | 36 24 12 61 4 100 |
| D) KundInnen / Produkte / Dienstleistungen / Mitunternehmen | D1: Ethisches Verkaufen KundenInnenorientierung/ -mitbestimmung, Kooperation mit VerbraucherInnenenschutz, Schulungen ethisches Verkaufen, ethisches Marketing, ethischangepasstes Bonussystem | D2: Solidarität mit Mitunternehmen Weitergabe von Information, Know-how, Arbeitskräften, Aufträgen, zinsfreien Krediten; Beteiligung an kooperativem Marketing und kooperativer Krisenbewältigung | D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen Angebot ökologisch höherwertiger Produkte/Dienstleistungen; Bewusstsein schaffende Maßnahmen; Berücksichtigung ökologischer Aspekte bei der KundInnenwahl | D4: Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen Soziale Staffelung der Preise, Barrierefreiheit, spezielle Produkte für benachteiligte KundInnen | D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards Vorbildwirkung, Entwicklung von höheren Standards mit MitbewerberInnen, Lobbying | 36 80 18 20 9 |
| E) Gesellschaftliches Umfeld: Region, Souverän, zukünftige Generationen, globale Mitmenschen, -tiere und -pflanzen | E1: Gesellschaftliche Wirkung / Bedeutung der Produkte / Dienstleistungen Sinnhaftigkeit der Produkte unter Berücksichtigung nachhaltiger Lebensstile | E2: Beitrag zum Gemeinwesen Gegenseitige Unterstützung und Kooperation durch Finanzmittel, Dienstleistungen, Produkte, Logistik, Zeit, Know-How, Wissen, Kontakte, Einfluss | E3: Reduktion ökologische Auswirkungen Reduktion der unternehmensspezifischen Umwelt-Auswirkungen auf ein zukunftsfähiges Niveau: Ressourcen, Energie&Klima, Emissionen, Abfälle etc. | E4: Minimierung der Gewinnausschüttung an Externe Nichtverzinsung oder maximal Inflationsausgleich für das Kapital externer EigentümerInnen | E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung Berichterstattung nach Global Reporting Initiative (GRI), Gemeinwohlbericht, Stakeholder-Mitbestimmung | 100 40 30 40 40 |
| K.O.-Kriterien | Verletzung der ILO-Arbeitsnormen/ Menschenrechte Menschenunwürdige Produkte, z.B. Tretminen, Atomstrom, GMO Beschaffung bei / Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen | Feindliche Übernahme | Massive Umweltbelastungen für Ökosysteme Grobe Verstöße gegen Umweltauflagen (z.B.: Grenzwerte) Geplante Obsoleszenz (kurze Lebensdauer) | Ungleichbezahlung von Frauen und Männern Arbeitsplatzabbau oder Standortverlagerungen bei Gewinn Töchter in Steueroasen Eigenkapitalverzinsung > 10 % | Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Töchter Verhinderung von Betriebsrat | 0 0 0 0 0 0 0 |

BILANZSUMME 662