

Arbeitsblatt:

Kleider und Mode: Göttin des Glücks

Kleider kaufen wir alle ab und an. Die einen oft, die anderen selten. Selbst wenn jemand nur gebrauchte Kleider kauft, z.B. in einem Secondhandladen, wurden die Kleider irgendwann einmal hergestellt. Es gibt immer mehr Menschen, die wissen wollen, wo Kleidungsstücke hergestellt werden, welche Arbeitsbedingungen und Umweltauflagen dabei gelten und wer daran verdient. Unter anderem deshalb gibt es Läden und Herstellerfirmen, die versuchen, möglichst viele solcher sozialer und ökologischer Standards zu erfüllen. Eine Firma ist „Göttin des Glücks“ aus Österreich.

Am Ende der Gruppenarbeit soll das Unternehmen allen anderen vorgestellt werden. Zur Orientierung können folgende Fragen dienen:

1. Was macht das Unternehmen?
2. Welche Grundhaltungen und Werte findet ihr im Unternehmen?
3. Wo seht ihr Stärken und Schwächen für das Unternehmen?
4. Wo seht ihr Stärken und Schwächen für die Gesellschaft?

Als Informationsquellen liegen einerseits gedruckte Informationen bereit. Andererseits könnt ihr einiges mehr anhand einer Recherche im Internet herausfinden. Navigiert euch einfach durch die Homepage von Göttin des Glücks unter www.goettindesgluecks.com

Was eine Gemeinwohlbilanz ist und warum Göttin des Glücks eine solche erstellt, dazu gibt es hier Informationen: www.goettindesgluecks.com/gemeinwohl-oekonomie oder auch unter www.ecogood.org. Die wichtigsten Informationen zur Gemeinwohl-Ökonomie sind auch auf einem Extra-Informationsblatt vorhanden.

Text:

„Göttin des Glücks“ - Es geht auch anders.

Lisa Muhr berichtet von den Anfängen ihres Unternehmens: „Wir waren zu viert, kreativ und befreundet und haben 2005 mit 200 Euro aus Spaß an der Arbeit damit begonnen, Stoffteile zusammenzunähen. Wir wollten Wohlfühlmode mit positiven Sprüchen unter dem Motto ‚Danke mir geht’s gut‘ produzieren.“ Damals waren alle vier noch in anderen Bereichen tätig. Muhr, gelernte Architektin, erzählt: „Unser Freizeitvergnügen ist rasch gewachsen und zu wirklicher Arbeit geworden, die immer mehr Zeit in Anspruch genommen hat.“ So stand Muhr 2006 vor der Entscheidung, entweder aus dem Projekt aussteigen oder sich voll und ganz darauf einzulassen – dann aber nur mit dem Umstieg auf Biobaumwolle und Fairtrade, „und zwar in der gesamten Produktionskette“, wie sie betont. Sie wollte Gutes tun, ist dabei geblieben und hat sich mit ihren Kolleg*innen für die Produktion von ökofairer Wohlfühlmode entschieden. „Mit unseren Zertifizierungen FAIRTRADE, GOTS – Global Organic Textile Standard – und dem Handelspartner EZA Fairer Handel haben wir eine lückenlose, transparente, auditierte Produktionskette in Indien und auf Mauritius sichergestellt.“ Durch diese ausnehmend hohen sozialen und ökologischen Standards zählt die Göttin europaweit zu den Pionier*innen der nachhaltigen Modebewegung. Inzwischen ist sie in sieben Ländern, rund 65 Boutiquen und 90 Weltläden erhältlich.

Die „Götting des Glücks“ ist auch Teil der Gemeinwohl-Ökonomie, einer 2010 von Attac Österreich und verschiedenen Unternehmer_innen ins Leben gerufene Initiative. Die Gemeinwohlökonomie will Unternehmen dabei unterstützen, sich stärker auf soziale und ökologische Ziele auszurichten. Ein zentrales Instrument ist dafür die Erstellung einer so genannten „Gemeinwohlbilanz“.

Warum Gemeinwohl-Ökonomie?

Als Botschafterin führt Muhr gekonnt an die Gemeinwohl-Ökonomie heran, indem sie auf folgenden Widerspruch aufmerksam macht: „In der Wirtschaft dominieren andere Werte als im Privatleben. In persönlichen Beziehungen zählen Vertrauen, Solidarität, Fairness, Gerechtigkeit, Teilen, Mitbestimmung, Kooperation, während das Wirtschaftsleben von Konkurrenz, Profitmaximierung und oft auch Ausbeutung und Zerstörung geprägt ist.“ Die Folgen: Statt dem Wohl der Allgemeinheit, dem Gemeinwohl, zu dienen und damit unseren Verfassungswerten wie Menschenwürde, Solidarität, Nachhaltigkeit, Gerechtigkeit, Demokratie Rechnung zu tragen, begünstigt das derzeitige System, dass sich immer größere Unternehmen auf Kosten von Menschen und Umwelt bereichern.

„Das Konzept der Gemeinwohl-Ökonomie stellt wieder das Wohl der Allgemeinheit in den Mittelpunkt, das gute Leben für alle“, sagt Muhr. „Zweck des Wirtschaftens soll nicht länger Profit sein, sondern Mehrung des Gemeinwohls.“ So wird auch Geld wieder vom Zweck zum Mittel.

Eine sogenannte Gemeinwohl-Bilanz gibt Auskunft darüber, wie sozial gerecht und ökologisch nachhaltig ein Unternehmen wirtschaftet. Aber nicht nur Unternehmen, auch Gemeinden und Vereine können eine Gemeinwohl-Bilanz erstellen, ergänzt Muhr.

Die Matrix zur Gemeinwohl-Bilanz.

Folgende Kernwerte sind für das Erstellen zunächst der Matrix, dann der Bilanz zentral:

- 1) Menschenwürde
- 2) Solidarität
- 3) Ökologische Nachhaltigkeit
- 4) Soziale Gerechtigkeit
- 5) Demokratische Mitbestimmung & Transparenz

„Diese Kernwerte treffen vereinfacht gesagt auf sogenannte Berührungsgruppen, wie Mitarbeiter*innen, Lieferant*innen, Kund*innen, Geldgeber*innen, gesellschaftliches Umfeld, Natur.“ Zentrale Frage: Wie verhalten sich Unternehmen in diesen fünf Kernbereichen gegenüber ihren Berührungsgruppen? „Durch Punktebewertung und Zusammenarbeit unabhängiger Auditor*innen mit den Unternehmen samt Mitarbeiter*innen entsteht dann die Gemeinwohl-Bilanz.“

Gemeinwohl-Bilanz vor Finanz-Bilanz!

„Weil die Gemeinwohl-Bilanz mehr darüber aussagt, wie nahe wir an unseren Verfassungswerten wirtschaften und welchen sozialen und ökologischen Standards wir dabei folgen, sollte sie wichtiger sein als die Finanz-Bilanz“, sagt Muhr. Sämtliche Gemeinwohl-Bilanzen und je nach Unternehmensgröße zehn bis 50-seitige, detaillierte Gemeinwohl-Berichte sollen transparent auf den Firmen-Homepages einsehbar sein. Eines Tages könnten die Bilanzen in vereinfachter Form auch mit Handys von Produkten im Handel abgelesen werden.

Warum Transparenz?

„Diese Art von Transparenz ist ein wesentlicher Wert und Vorteil, weil sie Konsument*innen bei der Kaufentscheidung unterstützt“, sagt Muhr. Denn so sieht jeder sofort, wie sehr ein Unternehmen mit seinen Produkten oder Dienstleistungen zum Gemeinwohl beiträgt oder dieses gar schädigt. Derzeit basiert alles auf Freiwilligkeit. „Doch am Ende soll die Politik den demokratischen Mehrheitswillen umsetzen und Unternehmen dazu verpflichten, eine transparente Gemeinwohl-Bilanz zu erstellen.“

Vorteile für Unternehmen.

„Was hat ein Unternehmen nun davon, wenn es die Gemeinwohl-Bilanz erstellt?“ Dazu Muhr: „Die Gemeinwohl-Bilanz dient zunächst der Selbsteinschätzung. Viele Unternehmen sind der Ansicht, sie hätten bereits hohe soziale und ökologische Standards. Doch beim näheren Hinsehen erweist sich das häufig als Fehleinschätzung.“ Anhand der Gemeinwohl-Bilanz lässt sich genau ablesen, in welchen Bereichen sich das Unternehmen eigenen Wünschen, Anforderungen und Möglichkeiten gemäß noch verbessern kann. „Oft schon mit geringem Aufwand.“

Außerdem soll es rechtliche Vorteile geben, wie zum Beispiel niedrige Steuern, geringe Zölle, Vorrang beim öffentlichen Einkauf und günstige bis kostenlose Kredite. Zum Beispiel bei der gerade im Aufbau befindlichen Demokratischen Bank. „Je gemeinwohlorientierter ein Unternehmen wirtschaftet, umso mehr kommt es in den Genuss dieser Vorteile.“ Weil Unternehmen die Vorteile an Konsument*innen weitergeben können, werden ethische, ökologische und regionale Produkte und Dienstleistungen endlich billiger als unethische, unökologische und globale.

Und die Politik?

Kommt auch noch zu Wort: Positiv an der Gemeinwohl-Ökonomie findet Martin Margulies das Aufzeigen einer Alternative. Man solle aber nicht glauben, dass die Unternehmen die Welt reformieren könnten. Dann spricht Margulies von der Politik, der mächtigen EU, von gesetzlichen Regeln, „die wichtiger sind als freiwillige Appelle.“ Aktuell werde auf EU-Ebene gerade ein neuer Pakt für Wettbewerbsfähigkeit verhandelt und beschlossen. „Es wäre schön, wenn manche Punkte der Gemeinwohl-Ökonomie umgesetzt würden“, wünscht sich der Grüne Gemeinderat und sagt: „Wir wollen die Gemeinwohl-Ökonomie im Programm!“
Ein Statement zur politischen Umsetzung?

Die Autorin, Karina Böhm, hat Sozial- und Wirtschaftswissenschaften studiert und ist Mitglied des GBW-Redaktionsteams.

Die Textteile sind Auszüge aus dem Artikel:

Gemeinwohl-Ökonomie – für eine solidarische Wirtschaft.

Am 16. Mai fand in der Grünen Bildungswerkstatt Wien im 6. Bezirk die Veranstaltung „Gemeinwohl-Ökonomie – solidarisch wirtschaften zum Wohle aller“ statt. Lisa Muhr vom Mode-Label „Göttin des Glücks“ und Martin Margulies, Grünen-Gemeinderat, diskutierten mit den Grünen SeniorInnen Ziele, Werte und Inhalte eines neuen Wirtschaftsmodells, das immer mehr Menschen aus der Seele spricht.

Quelle: <http://www.gbw.at/oesterreich/artikelansicht/beitrag/gemeinwohl-oekonomie-fuer-eine-solidarische-wirtschaft/>

Eckpunkte der Gemeinwohl-Ökonomie

1. Die Gemeinwohl-Ökonomie ist der Aufbruch zu einer **ethischen Marktwirtschaft**, deren Ziel nicht die Vermehrung von Geldkapital ist, sondern das **gute Leben für alle**.
2. Sie setzt die **Menschenwürde**, die **Menschenrechte** und die **ökologische Verantwortung** als Gemeinwohlwerte auch in der Wirtschaft um.
3. Wie diese Werte im unternehmerischen Alltag gelebt werden können, zeigt die **Gemeinwohl-Matrix**. Sie wird laufend weiterentwickelt und soll demokratisch entschieden werden.
4. Anhand der Matrix erstellen die Unternehmen eine **Gemeinwohl-Bilanz**. Im **Gemeinwohl-Bericht** erklären sie die Umsetzung der Gemeinwohlwerte sowie ihr Entwicklungspotential und nehmen eine Bewertung vor. Bericht und Bilanz werden extern überprüft und veröffentlicht. Damit werden die Leistungen für das Gemeinwohl bekannt gemacht.
5. **Gesellschaftliche Unterstützung** erfahren Gemeinwohl-Unternehmen zunächst am Markt durch VerbraucherInnen, KooperationspartnerInnen und gemeinwohlorientierte GeldgeberInnen.
6. Als Ausgleich für überdurchschnittliche Leistungen zum Gemeinwohl sollen Gemeinwohl-Unternehmen rechtliche Vorteile bei Steuern, Krediten und öffentlichen Aufträgen sowie im internationalen Handel erhalten.
7. **Unternehmensgewinne** dienen der Stärkung der Unternehmen sowie der Einkommenserzielung und der Alterssicherung der UnternehmerInnen und der Beschäftigten, nicht aber der Vermögensvermehrung externer KapitalgeberInnen. So gelangen die UnternehmerInnen zu **Freiräumen für gemeinwohlorientiertes Wirtschaften**, frei vom Druck zu größtmöglicher Kapitalrendite.
8. Dadurch schwindet der Drang zum Wirtschaftswachstum. Es öffnen sich Möglichkeiten für ein **erfülltes Leben** bei **Erhalt unserer natürlichen Lebensgrundlagen**. In der Arbeit können sich **Wertschätzung** und **Fairness** sowie **Kreativität** und **Kooperation** besser entfalten.
9. Mit der Begrenzung von Vermögensungleichheiten steigen die Chancen für die **gleichberechtigte Teilhabe Aller am wirtschaftlichen und politischen Leben**.
10. Die Gemeinwohl-Ökonomie-Bewegung lädt dazu ein, die Verwirklichung der genannten Werte in Wirtschaft und Gesellschaft mitzugestalten. Alle Ideen für eine **zukunftsfähige Wirtschaftsordnung** sollen in demokratischen Prozessen entwickelt, vom Souverän entschieden und in der Verfassung verankert werden.

Quelle: www.ecogood.org/allgemeine-infos/idee/vorschlaege-der-gemeinwohl-oekonomie
(Abgerufen: 21.11.2014)



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				
B) GeldgeberInnen	B1: Ethisches Finanzmanagement Berücksichtigung sozialer und ökologischer Aspekte bei der Auswahl der Finanzdienstleistungen; gemeinwohlorientierte Veranlagung und Finanzierung				
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 Berührungsgruppen 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

TESTAT : AUDIT

**GEMEINWOHL
BILANZ** 2012 für

Göttin des Glücks GmbH
Auditor: Christian Loy

WERT BERÜHRUNGSGRUPPE	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Demokratische Mitbestimmung & Transparenz	
A) LieferantInnen	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement					75 von 90
B) GeldgeberInnen	B1: Ethisches Finanzmanagement					7 von 30
C) MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung 45 von 90	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit 50 von 50	C3: Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen 9 von 30	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens 50 von 60	C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz 30 von 90	
D) KundInnen / Produkte / Dienstleistungen / Mitunternehmen	D1: Ethisches Verkaufen 30 von 50	D2: Solidarität mit Mitunternehmen 25 von 70	D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen 75 von 90	D4: Soziale Gestaltung der Produk- te und Dienstleistungen 10 von 30	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards 25 von 30	
E) Gesellschaftliches Umfeld: Region, Souve- rän, zukünftige Generati- onen, Mitmenschen und Natur weltweit	E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / DL 75 von 90	E2: Beitrag zum Gemeinwesen 40 von 40	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen 15 von 70	E4: Minimierung der Gewinnaus- schüttung an Externe 60 von 60	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung 20 von 30	
Negativ-Kriterien	Verletzung der ILO-Arbeitsnormen/ Menschenrechte 0	Feindliche Übernahme 0	Massive Umweltbelastungen für Ökosysteme 0	Ungleichbezahlung von Frauen und Männern 0	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Töchter 0	
	Menschenunwürdige Produkte, z.B. Tretminen, Atomstrom, GMO 0	Sperrpatente 0	Grobe Verstöße gegen Umweltauflagen (z.B.: Grenzwerte) 0	Arbeitsplatzabbau oder Standortverlagerungen bei Gewinn 0	Verhinderung eines Betriebsrats 0	
	Beschaffung bei / Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen 0	Dumpingpreise 0	Geplante Obsoleszenz (kurze Lebensdauer der Produkte) 0	Töchter in Steueroasen 0	Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbies / Eintragung in das EU-Lobbyregister 0	
				Eigenkapitalverzinsung >10% 0		

BILANZSUMME 641