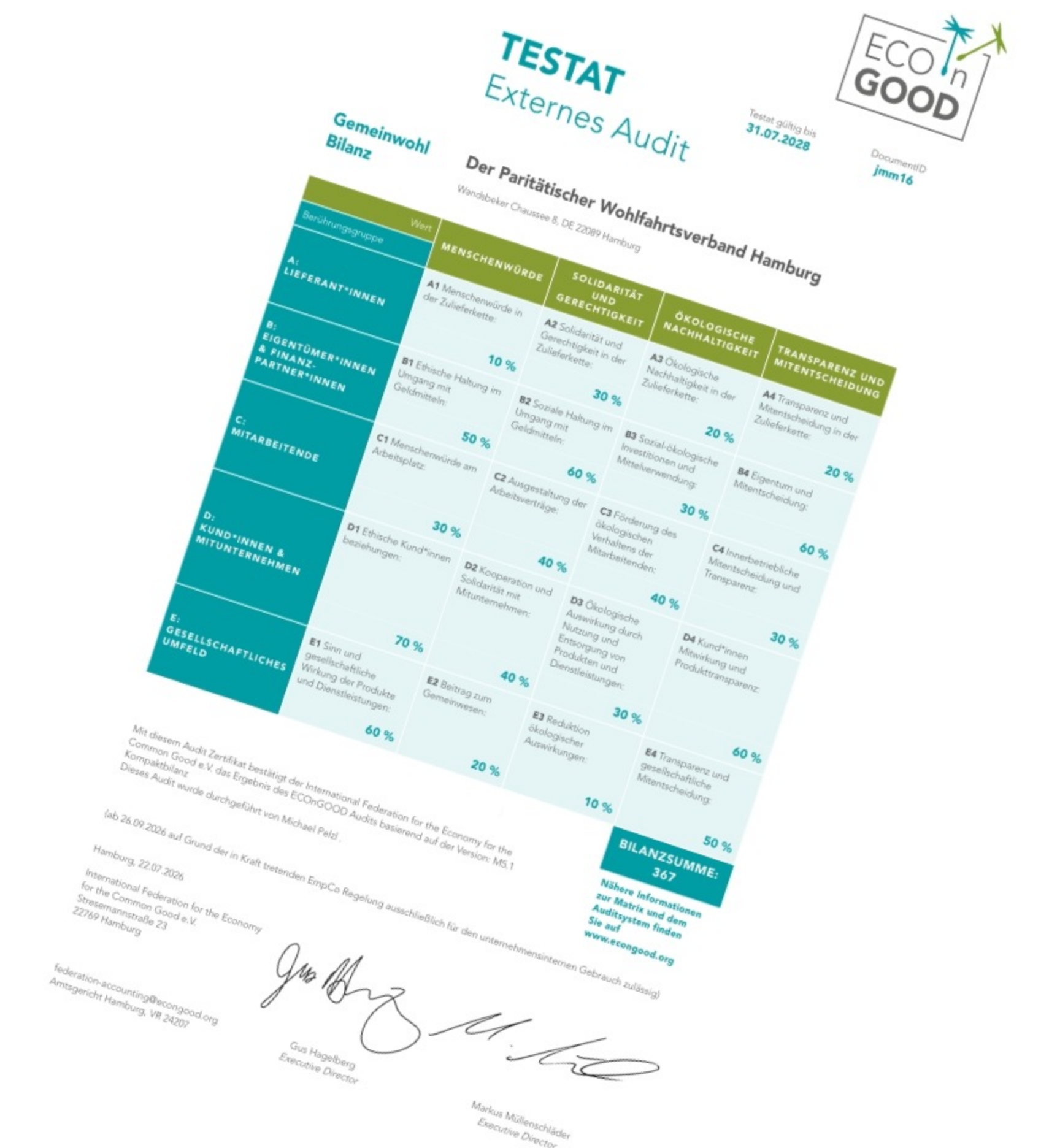




**Unser Weg zur ersten Gemeinwohl-Bilanz:
Ein systematischer Blick in den Spiegel
und was wir daraus lernen**

Wie lebt die Organisation gemeinwohlorientierte Werte in Bezug auf Ihre Berührungsgruppen ?

WERTESÄULEN				
BERÜHRUNGSGRUPPEN	MENSCHENWÜRDIGKEIT	SOLIDARITÄT UND SOZIALE GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der gesamten Lieferkette	A2 Solidarität und soziale Gerechtigkeit in der gesamten Lieferkette	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der gesamten Lieferkette	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Lieferkette
B: EIGENTÜMER*INNEN, EIGENKAPITAL- UND FINANZPARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	B4 Eigentumsstruktur und Mitentscheidung
C: MITARBEITENDE UND ARBEITSPARTNER*INNEN	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz und im Arbeitsumfeld	C2 Gestaltung fairer und gerechter Arbeitsvereinbarungen	C3 Umweltfreundliches Verhalten der Mitarbeitenden	C4 Mitentscheidung und Transparenz innerhalb der Organisation
D: KUND*INNEN UND GESCHÄFTS-PARTNER*INNEN	D1 Ethische Beziehungen mit Kund*innen	D2 Kooperation und Solidarität mit anderen Organisationen	D3 Umweltauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen während der Nutzung und am Ende ihrer Lebensdauer	D4 Kund*innen-mitwirkung und Produkttransparenz
E: GLOBALE GEMEINSCHAFT, NATUR UND LEBEWESSEN	E1 Sinn von Produkten und Dienstleistungen sowie Auswirkungen auf Gesellschaft, Natur und Lebewesen	E2 Beitrag zum Gemeinwesen	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Der Prozess: Workshops, Befragung und Interviews

Von März 2025 bis Februar 2026 durchliefen wir einen intensiven Prozess, der auf Beteiligung und Dialog setzte.



Jeder Workshop widmete sich einer spezifischen Berührungsgruppe und beleuchtete diese unter den vier GWÖ-Werten*

Lieferant*innen	Eigentümer*innen & Finanzpartner	Mitarbeitende	Mitgliedsorganisationen & Mitunternehmen	Gesellschaftliches Umfeld
• Werden unsere Waren unter menschenwürdigen Bedingungen hergestellt? • Pflegen wir langfristige, faire Beziehungen zu unseren Lieferant*innen? • Welche Umweltkriterien spielen bei der Auswahl von Dienstleistenden eine Rolle?	• Wie gehen wir mit unseren Geldmitteln um? • Wer entscheidet über Finanzen • Investieren wir ethisch und nachhaltig?	• Wie fair ist unsere Vergütungsstruktur? • Tragen unsere Arbeitsbedingungen zu familienfreundlichen Bedingungen bei • Wie steht es um Diversität und Barrierefreiheit? • Wo findet Mitbestimmung statt und wo brauchen wir mehr davon?	• Wie ethisch und transparent kommunizieren wir? • Wie kooperativ arbeiten wir mit anderen Verbänden zusammen • Wie partizipativ binden wir Mitglieder in unsere Entscheidungen ein? • Wie einfach machen wir es den Menschen, unsere Angebote wahrzunehmen?	• Welchen Beitrag leisten wir zur Grundbedürfnisbefriedigung? • Wie transparent kommunizieren wir? • Wie gehen wir mit Korruptionsrisiken um? • Wie minimieren wir unsere Umweltauswirkungen?

*Menschenwürde, Solidarität und Gerechtigkeit, ökologische Nachhaltigkeit sowie Transparenz und Mitbestimmung

Unsere Stärken

Demokratische Strukturen und Transparenz

Faire Arbeitsbedingungen

Gesellschaftliche Wirkung

Kooperation statt Konkurrenz

Unsere Entwicklungsfelder

Ökologische Nachhaltigkeit

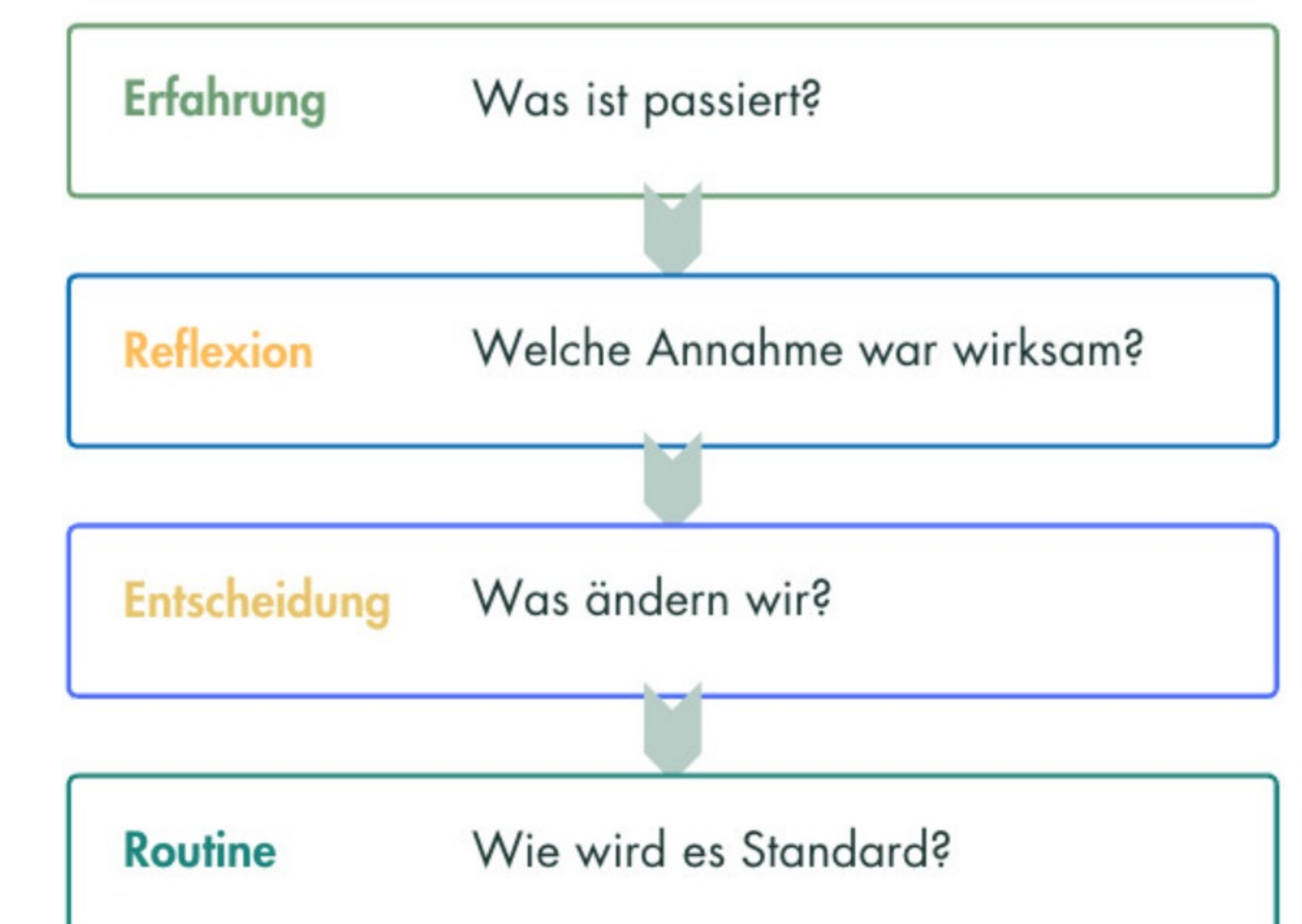
Diversität

Wirkungsmessung

Barrierefreiheit

Formalisierung guter Praxis

Die Bilanzierung war für uns kein Selbstzweck. Aus den Ergebnissen haben wir gemeinsam mit den Mitarbeitenden erste, konkrete Initiativen abgeleitet.



Was wir daraus ableiten

WERTESÄULEN				
BERÜHRUNGSGRUPPEN	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND SOZIALE GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der gesamten Lieferkette	A2 Solidarität und soziale Gerechtigkeit in der gesamten Lieferkette	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der gesamten Lieferkette	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Lieferkette
B: EIGENTÜMER*INNEN, EIGENKAPITAL- UND FINANZPARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	B4 Eigentumsstruktur und Mitentscheidung
C: MITARBEITENDE UND ARBEITSPARTNER*INNEN	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz und im Arbeitsumfeld	C2 Gestaltung fairer und gerechter Arbeitsvereinbarungen	C3 Umweltfreundliches Verhalten der Mitarbeitenden	C4 Mitentscheidung und Transparenz innerhalb der Organisation
D: KUND*INNEN UND GESCHÄFTS-PARTNER*INNEN	D1 Ethische Beziehungen mit Kund*innen	D2 Kooperation und Solidarität mit anderen Organisationen	D3 Umweltauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen während der Nutzung und am Ende ihrer Lebensdauer	D4 Kund*innen-mitwirkung und Produkttransparenz
E: GLOBALE GEMEINSCHAFT, NATUR UND LEBEWESEN	E1 Sinn von Produkten und Dienstleistungen sowie Auswirkungen auf Gesellschaft, Natur und Lebewesen	E2 Beitrag zum Gemeinwesen	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

- **Gegenüber Lieferant*innen:** Wir steigern unsere Effizienz und reduzieren Transportwege, indem wir Bestellungen konsequent bündeln (nur noch 1x pro Woche).
- **Gegenüber Mitarbeitenden:** Um die Mitbestimmung und Gesundheitsförderung weiter zu stärken, führen wir regelmäßige Mitarbeitendenbefragungen (jährlich) durch und evaluieren den Bedarf für Angebote wie Vorsorgeuntersuchungen und Gripeschutzimpfungen.
- **Gegenüber dem gesellschaftlichen Umfeld:** Wir wollen über Initiativen wie einen „Awareness-Monat“, gemeinsam Einsparpotenziale beim Papierverbrauch identifizieren. Außerdem wollen wir uns bei der Anschaffung neuer IT-Geräte auf geprüfte Gütesiegel (TCO) fokussieren.
- **Nach innen (Eigentümer & Finanzpartner):** Als direkte Reaktion arbeiten wir daran, Schulungen zur Korruptionsprävention für unsere Mitarbeitenden einzuführen.

Die GWÖ-Bilanzierung...

- regt zum kritischen Hinterfragen an und deckt blinde Flecken auf.
- zeigt nicht nur, wo wir stehen, sondern uns gibt uns auch einen klaren Kompass für die zukünftige, strategische Entwicklung.