

DIAKONIE IN  
OBERBAYERN



HERZOGSÄGMÜHLE

# Gemeinwohloökonomie im Diakoniedorf Herzogsägmühle

Vorstellung Herzogsägmühle  
Warum Gemeinwohloökonomie?  
Gemeinwohlmatrix  
Der Weg zur Bilanz  
Die Wirkung im Unternehmen

# Herzogsägmühle

- Wohnungslosenhilfe seit 1894
- 352 ha
- Zentralwanderhof 1936-1945
- „Ort zum Leben“ – Ort in der Region
- 900 Einwohner, davon 200 Mitarbeitende mit Familien
- 2000 Mitarbeitende in sechs Fachbereichen + 2 GmbHs
- Etwa 100 Mio € Umsatz im Jahr
- Teil der Inneren Mission München, gesamt Umsatz der Gruppe >200 Mio €

# Die herkömmliche „Finanzbilanz-Präsentation...“

- Sagt nichts aus über den ethischen Erfolg des Unternehmens
- Sagt nichts aus über den Beitrag zum Gemeinwohl
- Sagt nichts aus über die Arbeitsbedingungen und das Arbeitsklima
- Sagt nichts aus über die Glaubwürdigkeit von Diakonie

# Idee der Gemeinwohlökonomie

- Geld ist nicht Nutzwert, sondern Tauschwert  
Profit ist nicht Zweck, sondern Mittel zum Zweck
- Deswegen muss die Finanzbilanz (misst den finanziellen Erfolg/Mitteleinsatz) ergänzt werden um die Gemeinwohlbilanz (misst den ethischen Erfolg/Zielerreichung)
- Diese reguliert den Zugang eines Unternehmens zum Kapitalmarkt, seine Besteuerung, seine Zoll-Sätze (nicht mehr „triple A“)
- Produkte werden gekennzeichnet, ob das Unternehmen dem Gemeinwohl dient oder nicht (Gemeinwohl-Ampel, rot, gelb grün)



GEMEINWOHL  
ÖKONOMIE  
Bilanzierendes Unternehmen



2012/MBC 4.0.1



787

[www.bal.ecogood.org/123456](http://www.bal.ecogood.org/123456)



# Idee der Gemeinwohloökonomie 2

- Im Wirtschaften sollen die gleichen Prinzipien belohnt werden, die wir für unsere sonstigen Beziehungen als wertvoll erkennen: Vertrauen, Kooperation, Solidarität – statt Wettbewerb, Konkurrenz, unmenschliche Produktionsbedingungen um des materiellen Vorteils willen
- Einkommensspreizungen in den Unternehmen sind zu begrenzen
- Bilanzierende Unternehmen werden bei öffentlicher Auftragsvergabe bevorzugt

Die Idee ist nicht nur neu...

**Verfassung des Freistaates Bayern:**

Die gesamte wirtschaftliche Tätigkeit dient dem **Gemeinwohl**, insbesondere der Gewährleistung eines menschenwürdigen Daseins für alle und der allmählichen **Erhöhung der Lebenshaltung aller Volksschichten.**“

(Art. 151, Abs. 1)

In Kraft getreten: **08.12.1946**

# Ausgangspunkt:

- 85% der Menschen halten das derzeitige Wirtschaftssystem nicht mehr für gerecht
- Nur 15% glauben, daran könne man etwas ändern
- Die Schere zwischen Arm und Reich geht weiter auseinander, ein Drittel der Bevölkerung droht vom Wohlergehen abgekoppelt zu werden (in anderen europäischen Regionen weit dramatischer)
- Globale Umweltzerstörung schreitet noch schneller voran, als globale Bekämpfung von Armut und Hunger



## Ausgangspunkt 2:

- Große Sehnsucht der Menschen nach Überschaubarkeit in einer globalisierten Welt: regionale Einkaufsverbände, Regional-Währungen entstehen; alternatives Konsumentenverhalten kommt in der Mitte der Gesellschaft an (Bio-Produkte)
- Die Finanzierung des sozialen Netzes aus Steuern und Abgaben ist langfristig nicht gesichert (oder unmöglich).
- Einschnitte in die Qualität des sozialen Netzes werden nicht gewollt – neue Finanzierungsformen werden erforderlich

# Wie wird das bewertet?

WERT	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
BERÜHRUNGSGRUPPE				
<b>A: LIEFERANT*INNEN</b>	<b>A1</b> Menschenwürde in der Zulieferkette	<b>A2</b> Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	<b>A3</b> Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	<b>A4</b> Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette
<b>B: EIGENTÜMER*INNEN &amp; FINANZ-PARTNER*INNEN</b>	<b>B1</b> Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	<b>B2</b> Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	<b>B3</b> Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	<b>B4</b> Eigentum und Mitentscheidung
<b>C: MITARBEITENDE</b>	<b>C1</b> Menschenwürde am Arbeitsplatz	<b>C2</b> Ausgestaltung der Arbeitsverträge	<b>C3</b> Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	<b>C4</b> Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz
<b>D: KUND*INNEN &amp; MITUNTERNEHMEN</b>	<b>D1</b> Ethische Kund*innenbeziehungen	<b>D2</b> Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	<b>D3</b> Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	<b>D4</b> Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz
<b>E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD</b>	<b>E1</b> Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	<b>E2</b> Beitrag zum Gemeinwesen	<b>E3</b> Reduktion ökologischer Auswirkungen	<b>E4</b> Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

# Der Weg zur Bilanz

- Buchstudium 2013
- Workshops mit der Evang. FH Nürnberg 2014/15
- Schreiben des Erstberichts 2015
- Überarbeitung in drei Zukunftskonferenzen 2016
- Anmeldung zur Bilanz im Herbst 2016
- Veröffentlichung der Bilanz Frühjahr 2017
- Zweitbericht Oktober 2019, Bilanz 2020
- Audit Mai 2020, Ergebnis November 2020



**GEMEINWOHL-MATRIX**

Unternehmen: Diakonie Herzogsägmühle gGmbH; Bilanz-Jahr

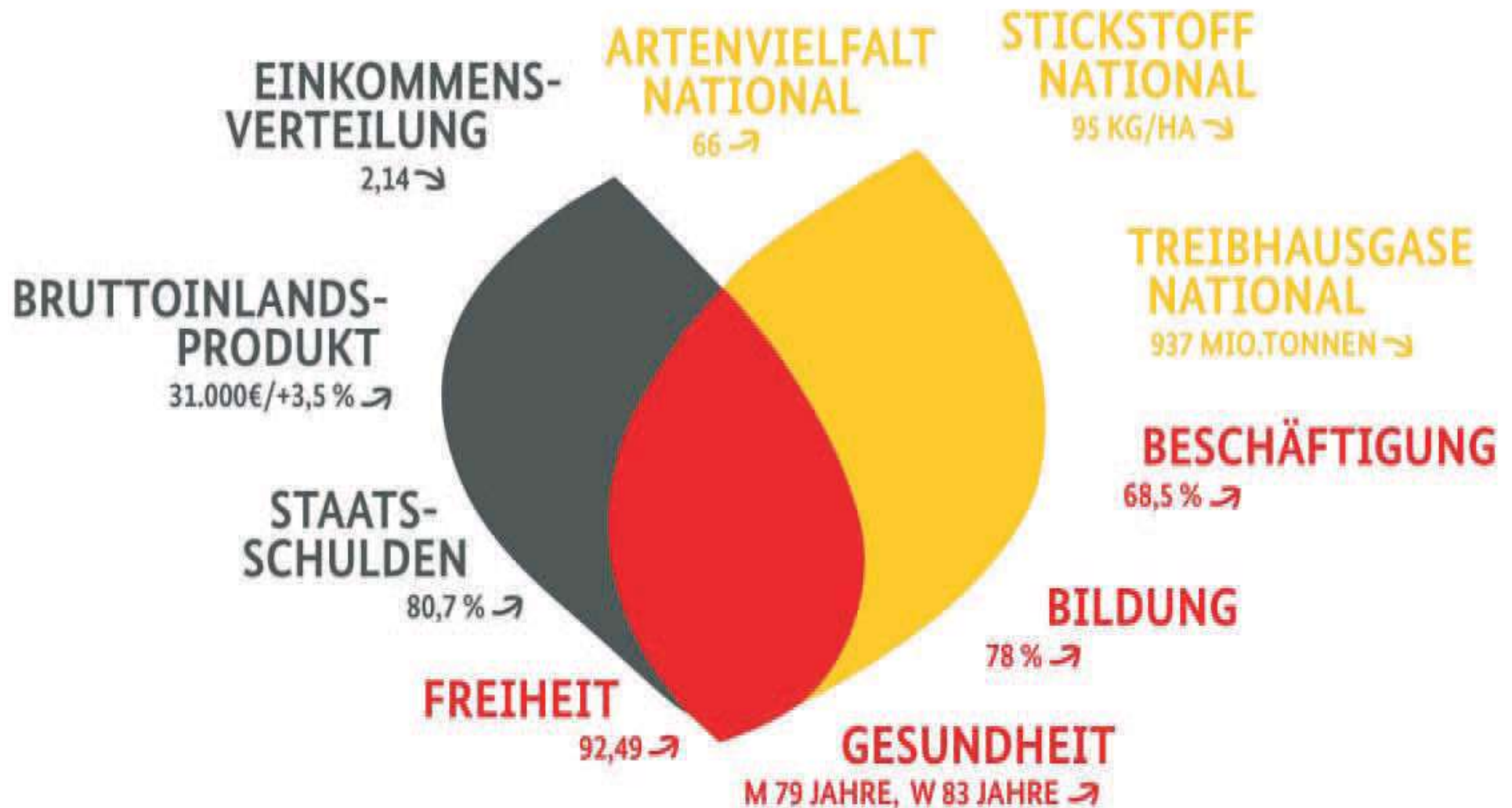
**BILANZSUMME: 346 von 1000 Punkten**



Werte ► Berührungsgruppe ▼	Menschenwürde	Solidarität & Gerechtigkeit	Ökologische Nachhaltigkeit	Transparenz & Mitentscheidung
<b>A: Lieferant*innen</b>	A1: Menschenwürde in der Lieferkette	A2: Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette	A3: Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette	A4: Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette
	5 von 48 <b>10 %</b>	10 von 48 <b>20 %</b>	7 von 71 <b>10 %</b>	2 von 24 <b>10 %</b>
<b>B: Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen</b>	B1: Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B2: Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3: Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	B4: Eigentum und Mitentscheidung
	1 von 12 <b>10 %</b>	12 von 12 <b>100 %</b>	2 von 24 <b>10 %</b>	14 von 24 <b>60 %</b>
<b>C: Mitarbeitende</b>	C1: Menschenwürde am Arbeitsplatz	C2: Ausgestaltung der Arbeitsverträge	C3: Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	C4: Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz
	48 von 95 <b>50 %</b>	38 von 95 <b>40 %</b>	19 von 95 <b>20 %</b>	29 von 95 <b>30 %</b>
<b>D: Kund*innen und Mitunternehmen</b>	D1: Ethische Kund*innenbeziehungen	D2: Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	D3: Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	D4: Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz
	33 von 48 <b>70 %</b>	24 von 48 <b>50 %</b>	10 von 48 <b>20 %</b>	14 von 48 <b>30 %</b>
<b>E: Gesellschaftliches Umfeld</b>	E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	E2: Beitrag zum Gemeinwesen	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4: Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung
	29 von 48 <b>60 %</b>	12 von 24 <b>50 %</b>	10 von 48 <b>20 %</b>	29 von 48 <b>60 %</b>



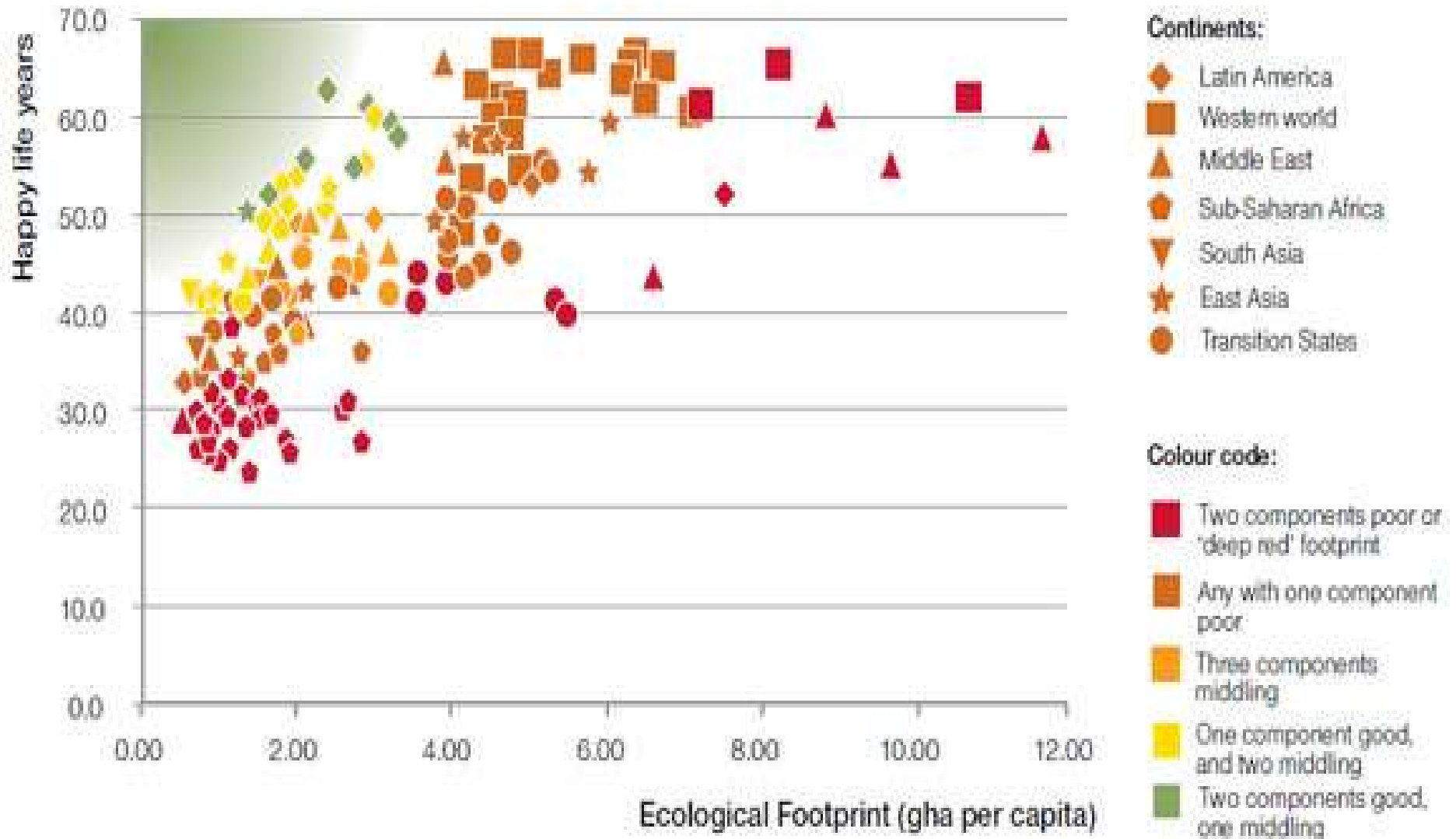
- Enquete-Kommission „Wohlstand, Wachstum, Lebensqualität“ des Deutschen Bundestages, Schlussbericht Mai 2013



# Postwachstumsgesellschaft international:

- HPI = happy planet index
- Beziehung zwischen ökologischem Fußabdruck, Lebensqualität, ökonomischem Wohlstand/Wachstum

Figure 6: The green target. Happy life years and Ecological Footprint for 151 countries, and world average



# Die Idee ist anschlussfähig...

- Papst Franziskus: „Diese Wirtschaft tötet“
- Sozialwort der Kirchen
- Suffizienzforschung!
- Glücksforschung!
- Postwachstumsgesellschaft-Forschung!



# Suffizienzforschung (wann ist etwas „genug“?)

- Materielle Anreize wirken ab einem bestimmten Sättigungsgrad nicht mehr
- Unterschiedliche Forschungsergebnisse hinsichtlich der Höhe der Sättigungsgrenze: von 33.000 US \$ /Jahr bis 76.000€ /Jahr
- Auf Geldmehrung angelegtes Wirtschaften ist nicht nachhaltig motivierend für den Menschen

# Glücksforschung

- Wesentlich für das nachhaltige Wohlbefinden des Menschen sind u.a. zwei Merkmale:

Das Maß der richtigen Beanspruchung  
(GWÖ: Umfang der Wochenarbeitszeit...)

und

Die Zugehörigkeit zu einer „größeren  
Geschichte“ (GWÖ: Nachhaltigkeit,  
Ökologie, weltweite Bewegung etc.)

# Wirkung im Unternehmen

- Bindung der zweiten Führungsebene an das Unternehmen deutlich gesteigert
- Durchforsten der Prozesse im Unternehmen deckt Schwachstellen auf (die Geschichte mit den Eiern)
- Wirkung auf die Öffentlichkeitsarbeit bemerkenswert gut!

# Links:

- [www.ecogood.org](http://www.ecogood.org)
- [www.herzogsaeigmuehle.de](http://www.herzogsaeigmuehle.de)
- [www.facebook.com/herzogsaeigmuehle](https://www.facebook.com/herzogsaeigmuehle)





Es gibt intelligentere Denkmuster als nur  
„weiter so“ ...