

GEMEINWOHL-BERICHT VOLLBILANZ

ECONGOOD Switzerland

Gemeinwohl-Bilanzierende Organisation (Matrix 5.1)

Berichtszeitraum 2023-2024

Inhaltsverzeichnis

Daten der Organisation	5
Das Unternehmen und Gemeinwohl	11
Übergreifende Angaben	18
Lebenszyklusperspektive	18
Biodiversität	19
Sinn der Organisation	20
Lieferant*innen	21
A1 Menschenwürde in der gesamten Lieferkette	22
A1.1 Arbeitsbedingungen und soziale Auswirkungen in der Lieferkette	22
A1.2 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Lieferkette.....	24
A2 Solidarität und soziale Gerechtigkeit in der gesamten Lieferkette	25
A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen mit Direktlieferant*innen	25
A2.2 Faire und gerechte Geschäftspraktiken entlang der gesamten Lieferkette	26
A2.3 Negativaspekt: Missbrauch von Marktmacht gegenüber Lieferant*innen	28
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der gesamten Lieferkette	29
A3.1 Umweltauswirkungen entlang der Lieferkette	29
A3.2 Negativaspekt: Unverhältnismässige Umweltbelastungen in der Lieferkette	30
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Lieferkette	31
A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen	31
A4.2 Positiver Einfluss auf Transparenz und Mitentscheidung entlang der Lieferkette	32
Eigentümer*innen, Eigenkapital- und Finanzpartner*innen	34
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	35
B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung	35
B1.2 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung für Selbstverwaltungsorganisationen.....	35
B1.3 Gemeinwohl-orientierte Fremdfinanzierung	37
B1.4 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen	38
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	40
B2.1 Solidarische und Gemeinwohl-orientierte Mittelverwendung	40
B2.2 Negativaspekt: Ungerechte Mittelverteilung.....	41
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	43
B3.1 Soziale und ökologische Qualität der Investitionen.....	43
B3.2 Gemeinwohl-orientierte Finanzanlagen	44
B3.3 Negativaspekt: Abhängigkeit von sozial oder ökologisch bedenklichen Ressourcen.....	45
B4 Eigentumsstruktur und Mitentscheidung	46
B4.1 Transparenz und Mitentscheidung	46
B4.2 Gemeinwohl-orientierte Eigentumsstruktur	47
B4.3 Negativaspekt: Feindliche Übernahme	49
Mitarbeitende und Arbeitspartner*innen	50
Allgemeine Beschreibung der Berührungsgruppe.....	51
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz und im Arbeitsumfeld	52
C1.1 Mitarbeitenden-orientierte Organisationskultur	52

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitssicherheit.....	54
C1.3 Diversität und Chancengleichheit.....	55
C1.4 Negativaspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen.....	57
C2 Gestaltung fairer und gerechter Arbeitsvereinbarungen.....	59
C2.1 Vergütungsstruktur.....	59
C2.2 Arbeitszeitgestaltung.....	61
C2.3 Arbeitsmodelle.....	62
C2.4 Negativaspekt: Ungerechte Arbeitsvereinbarungen.....	63
C3 Umweltfreundliches Verhalten der Mitarbeitenden.....	65
C3.1 Verpflegung während der Arbeitszeit.....	65
C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz.....	66
C3.3 Umweltbewusste Organisationskultur.....	67
C3.4 Negativaspekt: Duldung umweltschädlicher Praktiken.....	68
C4 Mitentscheidung und Transparenz innerhalb der Organisation.....	69
C4.1 Transparenz innerhalb der Organisation.....	69
C4.2 Legitimation der Führungskräfte.....	71
C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden.....	72
C4.4 Negativaspekt: Behinderung des Betriebsrats.....	73
Kund*innen und Geschäftspartner*innen.....	74
D1 Ethische Beziehungen mit Kund*innen.....	75
D1.1 Beachtung der Menschenwürde in der Kommunikation mit Kund*innen.....	75
D1.2 Barrierefreier Zugang.....	78
D1.3 Negativaspekt: Unethische Werbung.....	80
D2 Kooperation und Solidarität mit anderen Organisationen.....	81
D2.1 Kooperation mit anderen Organisationen.....	81
D2.2 Solidarität mit anderen Organisationen.....	83
D2.3 Negativaspekt: Missbrauch von Marktmacht zum Nachteil anderer Organisationen.....	84
D3 Umweltauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen während der Nutzung und am Ende ihrer Lebensdauer.....	86
D3.1 Zirkularität und Ökoeffizienz von Produkten und Dienstleistungen: das ökologische Kosten-Nutzen-Verhältnis.....	86
D3.2 Suffizienz: Massvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen.....	87
D3.3 Negativaspekt: Untätigkeit bei unverhältnismäßigen Umweltauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen.....	89
D4 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz.....	91
D4.1 Kund*innenmitwirkung bei Produktentwicklung und Marktforschung.....	91
D4.2 Produkt- und Dienstleistungstransparenz.....	92
D4.3 Negativaspekt: Nichtoffenlegung gefährlicher Stoffe.....	94
Globale Gemeinschaft, Natur und Lebewesen.....	95
E1 Sinn von Produkten und Dienstleistungen und Auswirkungen auf Gesellschaft, Natur und Lebewesen.....	96
E1.1 Grundbedürfnisbefriedigung und der Beitrag zu einem guten Leben.....	96
E1.2 Gesellschaftliche Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen.....	102
E1.3 Negativaspekt: unethische und menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen.....	103
E2 Beitrag zum Gemeinwesen.....	104

E2.1 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens	104
E2.2 Negativaspekt: Illegitime Steuervermeidung	106
E2.3 Negativaspekt: Mangelnde Korruptionsprävention	107
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	109
E3.1 Absolute Auswirkungen und Managementstrategie	109
E3.2 Relative Auswirkungen	111
E3.3 Negativaspekt: Verstoss gegen Umweltschutzbestimmungen und unverhältnismässige Umweltbelastung	111
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	113
E4.1 Transparenz und Demokratiebildung	113
E4.2 Gesellschaftliche Mitentscheidung	115
E4.3 Negativaspekt: Intransparenz und gezielte Falschinformation	116
Ausblick	117
Kurzfristige Ziele	117
Langfristige Ziele	117
EU-Konformität.....	118
Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz.....	119
Anhang	120
Anhang 1: Anmerkungen zu Angaben im GWB-Rechner	120
A Lieferant*innen	120
B Eigentümer*innen, Eigenkapital- und Finanzpartner*innen	120
C Mitarbeitende und Arbeitspartner*innen.....	120
D Kund*innen und Geschäftspartner*innen.....	120
E Globale Gemeinschaft, Natur und Lebewesen	120
Anhang 2: Beitrag zu den Sustainable Development Goals (SDGs)	121
Über die Sustainable Development Goals	121
Über die Verknüpfung der SDGs mit der Gemeinwohl-Ökonomie.....	121
Anhang 3: Board Verbesserungs-Massnahmen	124
Anhang 4: Liste der Anlagen und Referenzen	125

Daten der Organisation

Name	ECONGOOD Switzerland
Adresse	Falkenplatz 11 3012 Bern
Anzahl der Beschäftigten	0 Personen
Vollzeitäquivalente	0 FTE
Saison- oder Zeitarbeitende	0 Personen
Wirtschaftszweig und NACE-Code	
Land	Bern, Schweiz
Umsatz	172'338 CHF
Rechtsform	Verein
Kontaktperson für den Gemeinwohl-Bericht	Ralf Nacke
Bilanztyp	Vollbilanz nach Gemeinwohl-Matrix 5.1
Berichtszeitraum	01.01.2023 bis 31.12.2024
	(Diese Werte beziehen sich auf das letzte vollständige Geschäftsjahr 2024.)
Website	econgood.ch
Branche	Gemeinnützige Organisation
Gesamtanzahl der Mitarbeitenden	Nur ehrenamtlich Tätige davon <ul style="list-style-type: none">· 4 Vorstands-Mitglieder· 3 Mitglieder in der Geschäftsstelle· 6 Regionalgruppen-Koordinator*innen· Mehrere Kreisleiter*innen, Delegierte und Logbuchführer*innen· 211 Mitglieder – Privatpersonen und Unternehmen
Vollzeitäquivalente	0 FTE (dafür circa 62 ehrenamtliche Aktive und 5 externe Dienstleister)
Einnahmen	2023: CHF 203'463 2024: CHF 172'334

Jahresüberschuss 2023: CHF 10'512

2024: CHF 1'741

Tochtergesellschaften /
verbundene Unternehmen

Der Verein ist Teil der internationalen Organisation der Gemeinwohl-Ökonomie –
www.econgood.org

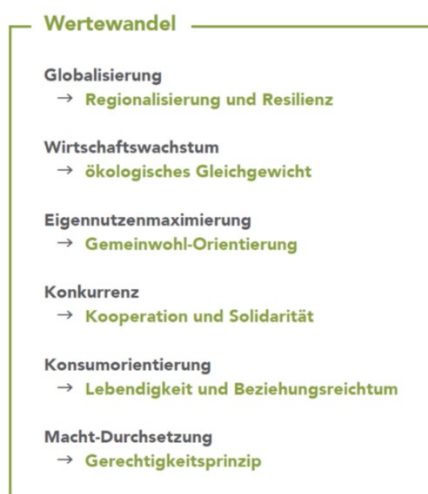
Kurzpräsentation der Organisation

Basierend auf der, von österreichischen Unternehmer*innen entwickelten Gemeinwohl-Matrix, publizierte Christian Felber 2010 sein Buch *Gemeinwohl-Ökonomie: Das Wirtschaftsmodell der Zukunft*. Bereits im Jahr 2011 erklärten sich 24 Unternehmen dazu bereit, die Gemeinwohl-Bilanz zu erstellen. Seit 2012 ist die Gemeinwohl-Ökonomie auch in der Schweiz aktiv, zunächst als Graswurzelbewegung. Mittlerweile als Verein organisiert mit Regionalgruppen in Basel, Bern, Luzern, St. Gallen, Winterthur, Zürich und neuerlich auch in der Romandie. Für internationale Einheitlichkeit und Widererkennbarkeit änderte die Organisation Anfang 2024 den Namen auf ECONGOOD.

Mit dem Leitsatz «*Unser jetziges Wirtschaftssystem steht auf dem Kopf. Das Geld ist zum Selbst-Zweck geworden, statt ein Mittel zu sein für das, was wirklich zählt: Ein gutes Leben für alle.*» sieht sich ECONGOOD als Veränderungshebel auf wirtschaftlicher, politischer und gesellschaftlicher Ebene. Sie versteht ihre Konzepte und Tätigkeiten als ergebnisoffenen, partizipativen und lokal wachsenden Prozessen mit globaler Ausstrahlung.

ECONGOOD setzt sich ein für:

- (1) Werte- und Sinn-Orientierung:
1. Menschenwürde, 2. Solidarität & Gerechtigkeit, 3. Ökologische Nachhaltigkeit, 4. Transparenz & Mitentscheidung - in Wirtschaft und Gesellschaft,
- (2) Zukunftsfähigkeit, Ressourcenschonung (eine Welt), beachten der planetaren Grenzen, Lernen von der Natur und Schutz unseres gesellschaftlichen Fundaments,
- (3) ein erfülltes Leben und das Gelingen menschlicher Beziehungen,
- (4) die Umkehr der Prioritäten zwischen Geld als Mittel zur Transaktionsunterstützung vs. Geld als Zweck des Wirtschaftens, (5) Verhinderung von Machtmissbrauch & -Konzentration (Grosskonzerne, Übernahmen, Korruption, ...),
- (6) eine (wieder) funktionierende soziale Marktwirtschaft ohne neoliberalistische Ausrichtung mit umfassender nachhaltiger Ausrichtung und stark ausgeprägtem Gemeinwohl-Handeln.



Zwei Kurzvideos verdeutlichen, wofür ECONGOOD steht und wie die Veränderungen erreicht werden sollen – u.a. mit dem Transformations-Instrument «Gemeinwohl-Bilanz».



Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ) erklärt (2019 / 3:50 Min.)

<https://www.youtube.com/watch?v=j2ZuiEU1rk>



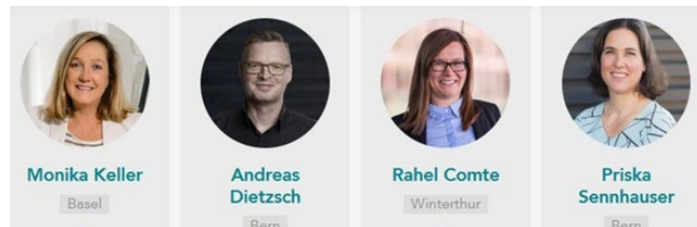
GWÖ kurz erklärt (2016 / 4:59 Min.)

<https://www.youtube.com/watch?v=cVFvyd7SmxU>

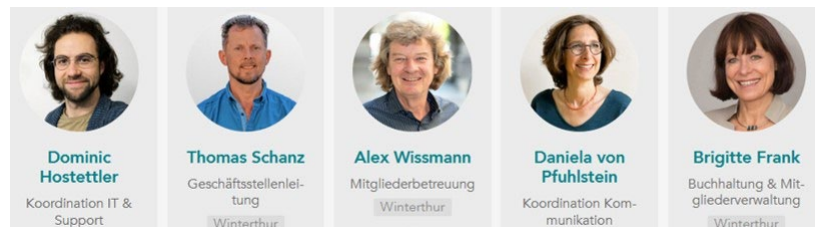
ECONGOOD stützt sich in der Schweiz auf die Bundesverfassung, die als übergeordneten Zweck in Artikel 2 die **Förderung der gemeinsamen Wohlfahrt**, die nachhaltige Entwicklung und den inneren Zusammenhalt vorsieht. Zugleich bekennt sich die Schweiz in der Präambel zur **Verantwortung gegenüber zukünftigen Generationen** und dass deren Lebensgrundlage zu erhalten ist. Als ECONGOOD Switzerland denken wir deshalb Wirtschaft neu und fordern die Umsetzung eines breiten Pakets von Massnahmen. Weitere Informationen zur Gemeinwohl-Ökonomie sind zu finden unter econgood.ch (Schweiz) und econgood.org (International / Dachverband).

Die Organisation basiert auf dem ehrenamtlichen Engagement der Aktiven, die sich in den Regionalgruppen, im Vorstand sowie in Projekten und Fokusgruppen für ECONGOOD Switzerland engagieren (Grafiken Vorstand ECONGOOD Switzerland, Geschäftsstelle und soziokratische Kreisstruktur / Quelle: econgood.ch/ueberuns/ueber-econgood-switzerland/#vorstand). Der Schweizer Verein wirkt im internationalen Dachverband der Gemeinwohl-Ökonomie (ECONGOOD) mit.

Vorstand: Die rechtliche Vertretung, die Geschäftsordnung, sowie die strategische Positionierung werden durch den Vorstand sichergestellt.



Die Geschäftsstelle erbringt alle nötigen Unterstützungsleistungen, damit die Bereiche ihre Wirkung optimal entfalten können.



Neben dem Vorstand, der Mitgliederversammlung und der Geschäftsstelle gibt es in der soziokratischen Kreisstruktur den allgemeinen Kreis sowie die vier Wirkkreise: Regionalgruppen & Bewegung, Wirtschaftlicher Wandel, Bildung & Forschung und Gesellschaft & Politik.



Primäre **Zielgruppen** der Organisation sind Unternehmen, Gemeinden, Bildungsinstitutionen und Privatpersonen. Transformations-Instrumente für den angestrebten Wandel sind die Gemeinwohl-Bilanz, das Gemeinwohl-Produkt, der Gemeinwohl-Selbsttest, Kursformate *Gemeinwohl Leben*, Regionalgruppen, Kooperationen mit gleichgesinnten Organisationen sowie Veranstaltungen und Begegnungsmöglichkeiten für wirtschaftliche Transformation.



Foto: Teilnehmer*innen des EConGOOD Wochenende 2024

Die **Finanzierung** erfolgt über Mitgliedsbeiträge von Unternehmen, Organisationen und Privatpersonen. Aus diesen Mitgliedsbeiträgen können die Grundstrukturen finanziert werden. Damit weitere, wichtige Projekte umgesetzt werden können, benötigen wir zusätzliche Finanzhilfe von Stiftungen und Spender*innen. Für die Abwicklung der Spenden in der Schweiz hat EConGOOD Switzerland bei der Stiftung Freie Gemeinschaftsbank in Basel einen speziellen Projektfond eingerichtet.

Auftrag/Zweck und Dienstleistungen

Zweck: Der Verein hat zum Zweck, die Gemeinwohl-Ökonomie in der Schweiz zu fördern und zu verankern, insbesondere

- allen Regionalgruppen in der Schweiz ein gemeinsames strukturelles Dach zu bieten;
- Mitglieder (Privatpersonen, Unternehmen, Verbände, Gemeinden, Hochschulen und weitere öffentliche Körperschaften) anzuwerben und zu gewinnen;
- Spenden und andere Formen finanzieller Beiträge zu generieren und zu verwalten;

- mit anderen regionalen, nationalen und internationalen Gremien und Verantwortlichen von ECONGOOD die Zusammenarbeit bzw. Abgrenzung zu regeln und umzusetzen;
- Projekte und Vorhaben der Regionalgruppen unter seinem Dach zu unterstützen.

Die Umsetzung konkreter Projekte und Vorhaben, die auf dem Konzept der Gemeinwohl-Ökonomie beruhen, ist Sache der Wirkkreise sowie Projekt- und Regionalgruppen.

Dienstleistungen

Die **Gemeinwohl-Bilanz** ist ein erprobtes Transformations- und Organisations-Entwicklungs-Instrument von ECONGOOD für Unternehmen, Gemeinden, Bildungseinrichtungen und andere Organisationen.

WERTESÄULEN	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND SOZIALE GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
BERÜHRUNGSGRUPPEN				
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 GESCHÄFTSPARTNER*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

Grafik: Die Gemeinwohl-Bilanz (Matrix 5.1) für Unternehmen (KMU und grosse) und andere Organisationen (NGOs, Bildungseinrichtungen, Kirchen, ...). Für Gemeinden kommt eine etwas anders aufgebaute Gemeinwohl-Bilanz zur Anwendung.

Die Gemeinwohl-Matrix/Bilanz ist ein wichtiger Hebel, um das Bewusstsein und die Fähigkeit für nachhaltiges und gemeinwohl-orientiertes Wirtschaften in Unternehmen, der Wirtschaft und der Gesellschaft zu verankern. Sie ist ein wirkungsvolles Werkzeug, um sich – basierend auf Werten und entlang der gesamten Wertschöpfungskette, d.h. inklusive Kund*innen und Lieferant*innen – umfassend mit relevanten Nachhaltigkeits- und Gemeinwohl-Themen auseinanderzusetzen.

<ul style="list-style-type: none"> • messbar und leicht handhabbar • hoher Nutzen • geeignet für Unternehmen aller Art (Kleinstunternehmen, KMUs bis Konzerne) • IST-Zustand entlang der 20 Kriterien der Matrix 5.0 ermitteln 	<ul style="list-style-type: none"> • Ziele setzen • Gemeinwohl-Bericht verfassen und veröffentlichen (evtl. auditieren lassen) • Ziele und Massnahmen umsetzen und verfolgen • neuen IST-Zustand alle 2-3 Jahre überprüfen
--	--

Die Gemeinwohl-Bilanz stellt hohe Ansprüche an Nachhaltigkeit und Gemeinwohl-Orientierung – deutlich höher als, was Gesetze heute vorschreiben. Auch für kleine und mittlere Organisationen (KMUs) ist die Gemeinwohl-Bilanz sinnvoll – beispielsweise angeleitet durch erfahrene ECONGOOD-Berater*innen in einer regionalen Peergruppe zusammen mit vier bis sechs weiteren Unternehmen.

Fragen wir Unternehmen, warum sie den Entwicklungs-Prozess mit der Gemeinwohl-Bilanz und die Auseinandersetzung mit den 20 Kriterien der Matrix für so wichtig und wertvoll in ihren Firmen finden, so hören wir oft:

- (1) *Ein erprobtes Werkzeug, um Zukunftsfähigkeit, Nachhaltigkeit, Agilität und Resilienz im Unternehmen zu verankern.*
- (2) *Die Motivation, die Identifikation und die emotionale Bindung der Mitarbeitenden mit dem Unternehmen und deren Produkte/Dienstleistungen werden enorm gesteigert. Sie sind als Arbeitgeber sehr attraktiv.*
- (3) *Trends und Marktveränderungen – unter anderem zu mehr Nachhaltigkeit – werden frühzeitig erkannt und entsprechende Produkte sowie Dienstleistungen können dafür angeboten werden.*
- (4) *Die Gemeinwohl-Ökonomie bietet die Vision, Konzeptansätze und Werkzeuge für eine nachhaltige, faire und den Menschen dienende Wirtschaft, welche die Natur und Mitwelt achtet und von ihr lernt.*

Weitergehende Informationen zur Gemeinwohl-Bilanz für Unternehmen sind zu finden unter eongood.ch/angebot/unternehmen/gemeinwohl-bilanz (inklusive Good Practice Beispielen).

Gemeinwohl-Bilanz für Gemeinden: Auch für **Gemeinden** und Regionen gibt es Konzepte, um Nachhaltigkeit, Regionalität, Bürger*innen-Engagement und ein deutliches Mehr an Solidarität und Kooperation zu stärken: Gemeinwohl-Bilanz, Zufriedenheits-/Glücks-Indikator, Gemeinwohl-Region, ...



Die Organisation selbst erzielt mit der Gemeinwohl-Bilanz, anderen Produkten und Dienstleistungen sowie mit Veranstaltungen keine Einnahmen. Sie finanziert sich bislang wie vorbenannt rein über Mitgliedsbeiträge, Spenden und Fördermittel von Stiftungen. Organisationen, welche die Gemeinwohl-Bilanz einsetzen und von diesem Know-how profitieren, werden generell Mitglied von EOnGOOD Switzerland oder unterstützen die Organisation mit einer jährlichen Spende.

Einnahmen aus Fundraising für bestimmte Projekte werden zweckbasiert von den involvierten Projektleiter*innen eingesetzt.

Produkte / Dienstleistungen

Produkt / Dienstleistung	Anteil am Umsatz (in %)
Gemeinwohl-Bilanz für Unternehmen und Organisationen	0
Gemeinwohl-Bilanz für Gemeinden	0
Gemeinwohl Leben (Kurs-Formate)	0
Gemeinwohl-Selbsttest	0
BNE-Portal bildung-fuer-morgen.ch	0
Gemeinwohl-Produkt	0
Referate und Vorträge	0

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Welchen Bezug hat Ihr Unternehmen zur Gemeinwohl-Ökonomie?

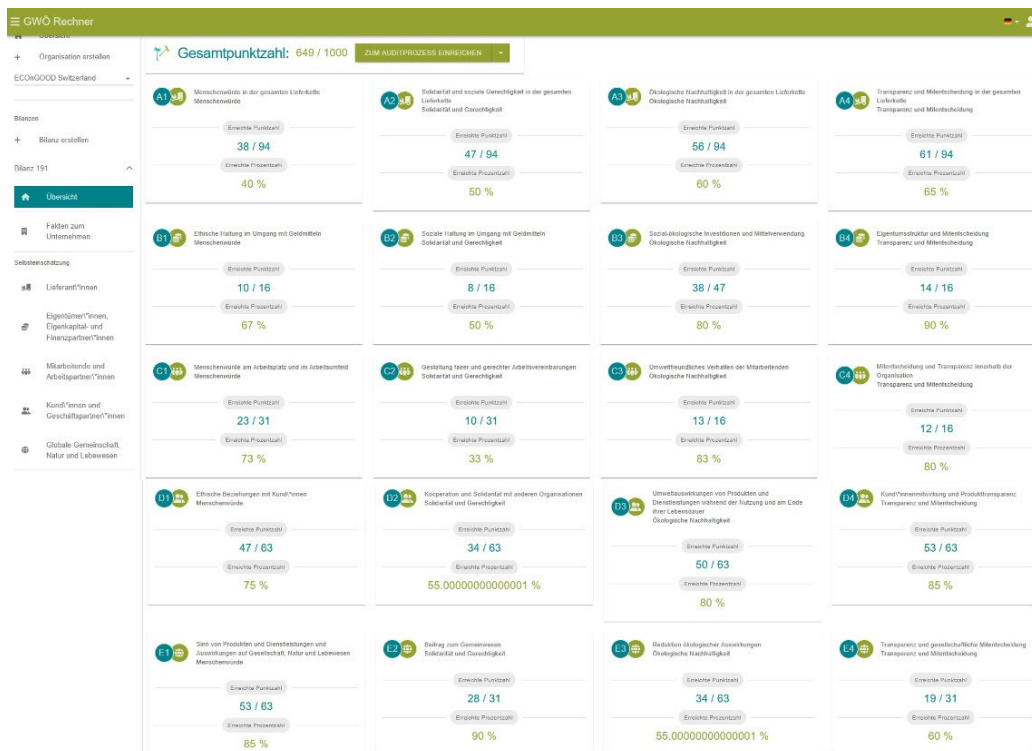
Die Organisation und Gemeinwohl

ECONGOOD Switzerland ist als Verein Teil des internationalen Dachverbandes Economy for the Common Good (econgood.org). Ziel der Organisation ist die sozial-ökologische Transformation von Gesellschaft und Wirtschaft zu einer sinnvollen, fairen und ethischen Wirtschaftsweise, die den Menschen dient und die Umwelt achtet. Dafür entwickelt und verankert der Verein Verhaltensweisen und Umsetzungsmassnahmen für umfassende Nachhaltigkeit und mehr Gemeinwohl-Bewusstsein in der Schweiz.

Dazu kooperiert ECONGOOD Switzerland mit anderen Bewegungen und Institutionen, die ähnliche Ziele verfolgen, und unterstützt in diesem Zusammenhang auch wichtige Volksinitiativen in der Schweiz (beispielsweise die Konzernverantwortungsinitiative).

In Veränderungsprozessen ist es entscheidend, selbst mit gutem Beispiel voranzugehen. Aus diesem Grund hat der Verein im Jahr 2021 seinen ersten Gemeinwohl-Bericht in einer NGO-Peergruppe erstellt. Damaliger Ansprechpartner war Ralf Nacke, seinerzeit Mitglied im Vorstand der Gemeinwohl-Ökonomie Schweiz (ralf.nacke@econgood.org). Der neue Bericht für die Re-Bilanzierung wurde im 2.Halbjahr 2024 durch Niklas Schuler erstellt. Die Überarbeitung erfolgte im Team Ralf Nacke, Niklas Schuler, Monika Keller und Thomas Schanz - nunmehr unter Nutzung des Digitaltools *goodbalancer*.

Bewertung Gemeinwohl-Bilanz



Zur besseren Lesbarkeit:

	1. Menschenwürde	2. Solidarität & Gerechtigkeit	3. Ökologische Nachhaltigkeit	4. Transparenz & Mitentscheidung
A - Lieferanten	38 von 94 Punkten (40%)	47 von 94 Punkten (50%)	56 von 94 Punkten (60%)	61 von 94 Punkten (65%)
B - Eigentümer und Finanzpartner	10 von 16 Punkten (67%)	8 von 16 Punkten (50%)	38 von 47 Punkten (80%)	14 von 16 Punkten (90%)
C - Mitarbeitende und Arbeitspartner	23 von 31 Punkten (73%)	10 von 31 Punkten (33%)	13 von 16 Punkten (83%)	12 von 16 Punkten (80%)
D - Kunden und Geschäftspartner	47 von 63 Punkten (75%)	34 von 63 Punkten (55%)	50 von 63 Punkten (80%)	53 von 63 Punkten (85%)
E - Globale Gemeinschaft, Natur und Lebewesen	53 von 63 Punkten (85%)	28 von 31 Punkten (90%)	34 von 63 Punkten (55%)	19 von 31 Punkten (60%)
Legende	vorbildlich	erfahren	fortgeschritten	erste Schritte

Die Bewertung für EConGOOD Switzerland kam am 7. August 2025 auf insgesamt 649 Punkte (untere Stufe vorbildlich / Peergruppen-Bewertung 2021: 656 Punkte). Das Ergebnis ist nahezu identisch mit der Bewertung aus 2021 - damals Matrix 5.0 / heute Matrix 5.1.

Hinweis zur Bewertung für die Kriterien der Gemeinwohl-Matrix: 0% = gesetzlicher Standard / 10% = erste Schritte / 20-30% = fortgeschritten / 40-60% = erfahren / 70-100% = vorbildlich.

Ergänzend zur Bewertung in den Kriterien der Matrix 5.1 wurden die 10 wichtigsten Handlungsfelder von EConGOOD Switzerland betrachtet.

Die Wesentlichkeitsmatrix von EConGOOD Switzerland (siehe Grafik - keine Veränderung vs. 2021) verdeutlicht die Handlungsfelder mit dem eweiligen Einfluss der Organisation auf Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft im Verhältnis zu den Erwartungen der Anspruchsgruppen. Positiv wirkt das ehrenamtliche Engagement der Aktiven von EConGOOD Switzerland und dass sie Kleinst- und Kleinunternehmen für umfassende Nachhaltigkeit erreichen.



In dem Handlungsfeld CO₂-Neutralität könnte EConGOOD noch deutlich mehr erreichen (Kriterium E3 bei der Matrix 5.1). Für die Zukunft gilt es den Einfluss (Impact) und den Bekanntheitsgrad EConGOOD Switzerlands signifikant zu steigern, die Finanzausstattung über Fundraising zu stärken, ergänzende professionelle Strukturen aufzubauen und noch stärkere Impulse für Nachhaltigkeit im Konsum zu geben. Das findet sich auch in den nachstehenden Kurz- und Langfristzielen von EConGOOD Switzerland.

Ausblick mit Kurz- und Langfristzielen

Bei der Berichterstattung Gemeinwohl-Bilanz geht es nicht nur darum, wo wir als Verein in den 20 Kriterien der Gemeinwohl-Matrix jeweils stehen und was wir im Berichtszeitraum 2023/24 unternommen haben, sondern auch darum, über welche Massnahmen wir uns weiter verbessern können.

Grundsätzlich wollen wir einen Beitrag für wichtige gesellschaftliche Herausforderungen leisten: beispielsweise Klimawandel, Ressourcenschutz, Biodiversität, drastische CO₂-Reduktion, Verzicht auf fossile Brennstoffe, ökologische Landwirtschaft, fairer, ethischer und transparenter Umgang der Wirtschaftsakteur*innen, schnelle technologische Fortschritte (künstliche Intelligenz) und Umbau des Arbeitsmarktes, Agilität und Resilienz in Unternehmen, mehr Regionalität und SDG-Unterstützung.

EConGOOD Switzerland zeigt, dass für die meisten dieser Herausforderungen inzwischen machbare und umsetzungsreife Konzepte vorliegen. Diese sind auch finanzierbar und deutlich günstiger, als wenn weiter verzögert wird. Und trotzdem kommen wir als Gesellschaft und Wirtschaft nicht ins Handeln! Ein Fokus von EConGOOD Switzerland ist deshalb, dass sie sich mit den **Widerständen** und Argumenten auseinandersetzt, warum aufgeklärte Menschen trotzdem nicht ins Handeln kommen oder sogar aktiv blockieren. Dies ist eines der Learnings und Aufgabenstellungen aus der CO₂-Abstimmung vom Juni 2021. Der notwendige Paradigmen-Wechsel allein im Thema Klimawandel ist die grösste gesellschaftliche Herausforderung der letzten 300 Jahre und erfordert deutlich mehr Unterstützung aus Politik und Verwaltung.

EConGOOD Switzerland hat sich für die Bewältigung dieser Herausforderung die nachstehenden internen und externen Ziele gesetzt.

Interne Ziele (für die nächsten drei Jahre):

- (1) Deutliche Erhöhung des Bekanntheitsgrades (Wer kennt die Bewegung?)

- (2) Weiterer Ausbau der Mitgliederbasis: Unternehmen und Privatpersonen (> 10% p.a.)
- (3) Weitere Umsetzung und Effizienzsteigerung in der neuen soziokratischen Organisations-Struktur mit den vier Kreisen «Regionalgruppen & Bewegung», «Wirtschaftlicher Wandel», «Bildung & Forschung» sowie «Gesellschaft & Politik»
- (4) Weitere Professionalisierung der internen Strukturen: bezahlte Teilzeit-Pensen für Geschäftsstellenleitung und professionelle Leistungen (Finanzen, Mitgliederverwaltung, IT, etc.)
- (5) Zertifizierte Gemeinwohl-Berater*innen als externe Partner der Bewegung (Akquise, Koordination und Veranstaltungen für die vier Zielgruppen Unternehmen, Gemeinden, Bildungseinrichtungen und Konsument*innen)
- (6) Erfolgreiches Fundraising über Stiftungen für konkrete Projekte und, um Teilzeit-Pensen bezahlen zu können
- (7) Ausweitung der von ECONGOOD betriebenen BNE-Plattform bildung-fuer-morgen.ch
- (8) Stärkung der Regionalgruppen - speziell auch in der Romandie (Genf/Lausanne)
- (9) Weitere Unternehmen, Gemeinden, Bildungseinrichtungen und andere Organisationen-für den Prozess der Gemeinwohl-Bilanzierung gewinnen
- (10) Ausweitung der Vernetzung mit Organisationen und Initiativen, die ähnliche Ziele wie ECONGOOD Switzerland verfolgen, beispielsweise Der Gewerbeverein, SENS Suisse und B Lab
- (11) Umsetzung der Verbesserungsmassnahmen, die bei den einzelnen Kriterien festgehalten wurden

Als externe Ziele: Der Auftrag von ECONGOOD Switzerland ist es, in der Schweiz im Rahmen der Vision und Mission einen wichtigen gesellschaftlichen Impact zu erreichen – speziell bei den primären Zielgruppen Unternehmen, Gemeinden, Bildungseinrichtungen und Konsument*innen. Bei Unternehmen in der Schweiz ist das Thema der Nachhaltigkeit noch immer nicht verankert und hat sogar durch die aktuellen politischen Entwicklungen an Bedeutung verloren. Lediglich etwa 0,1 Prozent der 607'000 Schweizer Unternehmen haben sich mit Nachhaltigkeit bislang ernsthafter auseinandergesetzt. Hier kann und will ECONGOOD Switzerland mit der Gemeinwohl-Bilanz, wissensvermittelnden Webinaren, Workshops und Veranstaltungen einen Beitrag leisten – gerade auch im Verbund mit Netzwerkpartnern und Multiplikatoren. Ähnliches gilt auch für die weiteren vorbenannten weiteren drei Zielgruppen.

Langfristig will ECONGOOD Switzerland einer der wesentlichen Treiber in der Schweiz für eine Neuausrichtung der Gesellschaft und der eingebetteten Wirtschaft im Sinne der Vision und Mission von ECONGOOD sein.



Wir haben uns auch gefragt, was der Prozess der Gemeinwohl-Bilanz bei uns bewirkt hat.

- (1) **Was sind die wichtigsten Learnings aus diesem Prozess?** Der Prozess bringt wichtige Erkenntnisse über die Organisation und ihr Wirken. Für uns gilt es selbst mit gutem Beispiel voranzugehen.
- (2) **Was haben wir dadurch zusätzlich angestossen?** Es wurden eine Reihe von Verbesserungs-Massnahmen festgehalten – siehe nachstehend zu den einzelnen Kriterien.
- (3) **Werden die Werte der Gemeinwohl-Ökonomie bzw. der Gemeinwohl-Bilanz in der Organisation gelebt und sind sie in den Prozessen verankert?** Das ist Grossteils gesichert; die Motivation der Aktiven resultiert gerade aus den Werten der Organisation. Aber auch hier gibt es weitere Verbesserungsmöglichkeiten, wie die weitere Umsetzung der soziokratischen Kreisstruktur.

Im Rahmen der Auseinandersetzung mit den 20 Kriterien der Matrix 5.0 hatte die Gemeinwohl-Ökonomie Schweiz in ihrer Erstabilanz 2021 diverse Verbesserungs-Massnahmen festgelegt. (Stand: der Grossteil davon konnte erfolgreich umgesetzt werden)

A1-A4: die Einkaufsbedingungen mit den Nachhaltigkeitsanforderungen sichtbar machen und bei Einkäufen zur Anwendung bringen (Stand: umgesetzt).

A4: Vereinbarungen für solche Fälle treffen, in denen Mitglieder des Vorstands oder andere Aktive in mögliche Interessenkonflikte beim Bezug von Leistungen für ECOngOOD Switzerland kommen könnten (Stand: umgesetzt).

B1/C1/C2: Institutionalisierung und Professionalisierung der Organisation bzw. des Vereins in der Schweiz mit Vergütungsmöglichkeiten (Stand: umgesetzt bzw. noch im Prozess - z.B. FIT-Projekt).

B4: Weitere Mitglieder gewinnen und diese in Tätigkeiten und konkrete Projekte des Vereins einbinden (Stand: eine Steigerung der Mitgliedschaften konnte nicht erreicht werden - daher noch offen).

C1: Weiterentwicklung der Vereins-/Organisations-Kultur in Anlehnung an die Konzepte Holokratie und/oder Soziokratie (Stand: sozioraktische Kreisstruktur eingeführt).

C3: Weiter darüber reden und es vormachen. Veranstaltungen zu ökologischem Verhalten, inklusive Webinaren, sowie Vernetzung und Kooperationen mit anderen Bewegungen und Initiativen (Klimastreiks, Klima-Allianz, ...) (Stand: umgesetzt).

C3.2: bei Anreisen zu internen Veranstaltungen auf fossil betriebene PKWs/Töffs vollständig verzichten (Stand: konnte teilweise umgesetzt werden).

C4: Weiterer Ausbau des Wikis und der Data-Cloud sowie laufende Pflege, um die Aktualität zu gewährleisten (Stand: umgesetzt).

D1: Die Ideen und Ansätze der Organisation noch besser kommunizieren, die USPs stärker herausstellen, Unternehmen besser auf die Gemeinwohl-Bilanz vorbereiten, Nutzung der Chancen aus der SWOT-Analyse (Stand: umgesetzt - der erreichte Impact ist aber mässig).

D2: Ausbau der personellen Ressourcen und Kontakte, um Netzwerkpartner*innen auf die Gemeinwohl-Ökonomie anzusprechen und diese für eine Kooperation gewinnen (Stand: umgesetzt).

D3: Ausstrahlung für das Thema Suffizienz und wie das konkret geht, bekommen (Stand: umgesetzt).

D4: GWÖ-Kund*innen dazu motivieren, sich über Webinare der Plattform zukunftskonferenz.ch als Best Practice für Zukunftsfähigkeit und Nachhaltigkeit zu zeigen. (Stand: umgesetzt! Das Projekt zukunftskonferenz.ch wurde jedoch eingestellt. Dafür wurde die BNE-Plattform bildung-fuer-morgen.ch aufgebaut).

E1: Den Bekanntheitsgrad von EConGOOD Switzerland und der Gemeinwohl-Bilanz noch stärker steigern (Stand: Massnahmen wurden umgesetzt! Der Impact ist jedoch nur mässig).

E2:1 Weitere Stiftungen und Unternehmen ansprechen, Projekte von EConGOOD Switzerland zu unterstützen (Stand: umgesetzt! Weitere Stiftungen konnten aber noch nicht gewonnen werden).

E2.2: Weitere Mitglieder für die Organisation gewinnen, diese zur ehrenamtlichen Mitarbeit motivieren und ihnen konkrete Aufgaben und Projekte geben. (Stand: umgesetzt! Es sind auch Mitglieder ausgetreten, so dass insgesamt keine Steigerung erreicht werden konnte).

E3: Sinnvoller Mix aus virtuellen und Präsenzveranstaltungen, wenn die Corona-Beschränkungen gelockert werden. (Stand: umgesetzt)

E4.1: Veröffentlichung der Gemeinwohl-Bilanz für EConGOOD Switzerland. (Stand: umgesetzt)

E.4.2: Weiterer Ausbau der Vernetzung. (Stand: umgesetzt!)

In der Anlage 2 findet sich das Board als Übersicht über die neu festgelegten Massnahmen. Vier Massnahmen sind offen, sechs Massnahmen in Arbeit, eine Massnahme noch in Prüfung und 22 Massnahmen sind bereits erledigt (im Berichtszeitraum 2023/24 sowie 2025).

Umweltauswirkungen und CO₂-Fussabdruck

EConGOOD Switzerland hat bislang einen sehr geringen Fussabdruck. Die etwa 62 Aktiven – inklusive Vorstand, Mitglieder der Kreise und Koordinator*innen sowie die Mitglieder der Organisation und die Besucher*innen von Veranstaltungen – erzeugen nach unserer Berechnung zusammen < 1,73 t CO₂-Äquivalente pro Jahr durch ihre Aktivitäten für EConGOOD. Das ist eine Reduktion um 42,1 Prozent gegenüber dem Wert für das Jahr 2019 (2,99 t CO₂). Unter den Aktiven ist das ökologische Bewusstsein stark ausgeprägt. Der normale Fussabdruck anderer Bewegungen und Initiativen liegt bei mindestens 1 t CO₂ pro Vollzeitmitarbeitenden. Zum CO₂-Fussabdruck wird nachstehend unter dem Kriterium E3 berichtet.

Bedeutung der UN-Entwicklungsziele für EConGOOD Switzerland

Die 17 UN-Entwicklungsziele (auch als SDGs bekannt) haben für EConGOOD eine hohe Bedeutung und wirken in viele der 20 Kriterien der Gemeinwohl-Bilanz hinein. Berichtet zu ihnen wird nachstehend unter dem Kriterium E1.



EConGOOD Switzerland ist Mitglied der zivilgesellschaftlichen «Plattform Agenda 2030». Die Mitglieder treiben gemeinsam Handlungsfelder voran, damit die Schweiz die 17 UN-Entwicklungsziele erreichen kann.

Übergreifende Angaben

Lebenszyklusperspektive

Beschreibung der Lebenszyklusperspektive in A3

Ein Life Cycle Assessment (LCA, auf Deutsch Lebenszyklusanalyse oder Ökobilanz), ist eine systematische Methode zur Bewertung von verschiedenen Umweltauswirkungen eines Produktes, Prozesses oder einer Dienstleistung über dessen gesamten Lebenszyklus. Ziel ist es, die Umwelteinflüsse von Rohstoffgewinnung, Herstellung, Transport, Nutzung und Entsorgung zu berechnen und zu analysieren. Eine LCA umfasst vier Hauptphasen: die Definition von Ziel und Untersuchungsrahmen, die Erstellung der Sachbilanz, die Durchführung einer Wirkungsabschätzung und die abschliessende Auswertung.

Eine solche Lebenszyklusanalyse hat EConGOOD Switzerland bislang nicht durchgeführt, da eigene Produkte keine grosse Bedeutung haben und die Dienstleistungen selbst kaum Umweltauswirkungen erzeugen. Der Verein hat nur Hemden, Leinentaschen, Flyer und Produktbroschüren herstellen lassen und bietet viele Dokumente über seine Webseiten auch als .pdf-Dokumente an.

Die Hemden und Leinentaschen sind langlebig, ökologisch hergestellt und sind qualitativ hochwertig. Die beauftragten Lieferanten fertigen unter Beachtung ökologischer Kriterien - genauso wie unter sozialen Kriterien (Arbeitsbedingungen etc.). Relevante Umweltaspekte haben sich dabei nicht ergeben.

Flyer und Produktbroschüren werden von ehrenamtlich aktiven Mitgliedern erstellt - generell in enger Abstimmung mit EConGOOD in Deutschland. Die Produktion erfolgt meist in Schweizer Druckereien, die ökologische und soziale Nachhaltigkeitskriterien beachten.

Die Rohstoffbeschaffung obliegt den Produzenten. Bei der Auswahl des jeweiligen Produzenten achtet EConGOOD darauf, dass ökologische und soziale Kriterien berücksichtigt werden. Die meisten Produzenten sind Gemeinwohl-Unternehmen und beachten die Kriterien der Gemeinwohl-Bilanz.

Das Design erfolgt durch ehrenamtlich aktive Mitglieder von EConGOOD Switzerland oder wie im Falle der Hemden und Leinentaschen in Absprache mit dem Produzenten. Kriterien wie re:use, re:pair, re:cycling und Kreislaufwirtschaft werden dabei beachtet.

Zur Auswahl der Produzenten und warum diese streng nach ökologischen und sozialen Auswahlkriterien geprüft werden, wurde bereits Stellung genommen.

Transport und Lieferung der Produkte erfolgen meist über die Post. Bei grösseren Transporten nehmen auch Aktive des Vereins Produkte auf ihren Anfahrtswegen zu Veranstaltungen mit.

Bei der Nutzung der Produkte wird den Kund*innen und Mitgliedern des Vereins nahegelegt, sorgsam damit umzugehen und Mehrfachnutzungen zu ermöglichen. Es ist davon auszugehen, dass die aktiven Mitglieder von EConGOOD Switzerland über reichlich Wissen im Bereich ökologischer Kriterien verfügen, um bei Bedarf Produkte ökologisch zu entsorgen.

Der ökologische Fussabdruck der Produkte des Vereins ist relativ gering. Hingegen ist der **ökologische Handabdruck** von EConGOOD Switzerland durch seine Dienstleistungen sehr gross, da hierdurch andere Menschen angeregt und angeleitet werden, ihren CO₂-Fussabdruck drastisch zu reduzieren.

Folgende Dienstleistungen von EConGOOD Switzerland leisten dafür einen positiven Beitrag:

1. der Prozess Gemeinwohl-Bilanzierung für Organisationen und Gemeinden
2. der Prozess Gemeinwohl-Produkt
3. die Kursformate von Gemeinwohl Leben
4. die Angebote über das BNE-Portal bildung-fuer-morgen.ch - beispielsweise über die Kernlerninhalte zu ökologischen Themen und Suffizienz
5. Veranstaltungen, welche durch den Verein oder mit Partnerorganisationen durchführt - meist auf der Ebene der Regionalgruppen

Beschreibung der Lebenszyklusperspektive in B3

Der Übergang zu einer ökologisch nachhaltigen Gesellschaft erfordert die Berücksichtigung ökologischer Aspekte bei allen Investitionen, insbesondere die gezielte Umverteilung finanzieller Mittel zur Verbesserung der Umweltauswirkungen. Finanzinvestitionen wirken sich häufig sowohl auf soziale als auch auf ökologische Aspekte aus und werden bei diesem Thema gemeinsam betrachtet.

ECONGOOD Switzerland achtet bei all seinen Ausgaben, dass hierdurch keine übermässigen Umweltauswirkungen entstehen. Der Verein tätigt selbst keine Investitionen - auch keine Finanzinvestitionen. Als Investitionen könnten allenfalls die Projektausgaben im Bereich Bildung und im FIT-Projekt betrachtet werden. Hier wird darauf geachtet, dass durch diese Projekte die Umweltauswirkungen gesenkt werden.

Beschreibung der Lebenszyklusperspektive in D3

Die Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen haben oft negative Auswirkungen auf die Umwelt. Diese Auswirkungen sollten so weit wie möglich reduziert werden. Bei diesem Thema werden Umweltauswirkungen betrachtet, die durch Kund*innen oder den Verbrauch (Energieverbrauch, Emissionen usw.) während der Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen entstehen.

ECONGOOD Switzerland berücksichtigt dieses in allen Aktivitäten - besonders bei Produkten und Dienstleistungen. Gerade seine Dienstleistungen sorgen dafür, dass die Kund*innen ihre Auswirkungen auf die Umwelt bei der Nutzung und Entsorgung ihrer Produkte und Dienstleistungen gravierend reduzieren.

Beschreibung der Lebenszyklusperspektive in E3

Es wird Bezug genommen auf die Angaben unter Lebenszyklusperspektive bei A3.

Allgemeine Beschreibung der Lebenszyklusperspektive (mit Grenzziehung)

Diese ist bereits in der Beschreibung der Lebenszyklusperspektive in A3 erfolgt.

Biodiversität

Zusammenfassung der Antworten und Daten in den einzelnen Themen der Matrix

Die Aufrechterhaltung und Beachtung der Biodiversität und der Verlust der Artenvielfalt sind für ECONGOOD Switzerland ein wichtiges Thema. Im BNE-Portal bildung-fuer-morgen.ch gibt es dazu bei den Kern-Lerninhalten zwei Module, welche das Thema und notwendige Massnahmen beleuchten - Modul 4 «Klimawandel und Biodiversitätsverluste»- Link und Modul 21 «Biodiversität und Ökosystem-Leistungen»- Link.

Die Produkte von ECONGOOD Switzerland haben keinen wesentlichen negativen Einfluss auf die Biodiversität. Hingegen sorgen die Dienstleistungen der Organisation mit der Gemeinwohl-Bilanz, dem Gemeinwohl-Produkt, den Kursformaten Gemeinwohl Leben, dem Gemeinwohl-Selbsttest und den Angeboten unter bildung-fuer-morgen.ch dafür, dass Unternehmen, Organisationen, Gemeinden und Privatpersonen die Biodiversität aktiv schützen.

Sinn der Organisation

Berichtsfragen

Trägt die wirtschaftliche Tätigkeit Ihrer Organisation zur Bewältigung globaler Herausforderung(en) bei?

Globale Herausforderungen sind zum Beispiel die Bekämpfung des Klimawandels, soziale Ungleichheit, Krieg, Hunger, Umweltverschmutzung, Änderung des Wirtschaftssystems.

Für welche globale Herausforderung bietet die Organisation eine Lösung oder einen Beitrag zur Lösung? Ist dieser Beitrag Teil der Kerngeschäftsstrategie oder freiwilliger Maßnahmen?

Wie verknüpft die Organisation ihr Geschäft mit einem tieferen Sinn, etwa einem Beitrag zur Lösung globaler Herausforderungen?

Welche soziale, ökologische und wirtschaftliche Rolle spielt die Organisation durch ihre Geschäftstätigkeit?

Wie trägt ihre Geschäftstätigkeit zur Befriedigung der Bedürfnisse der Kund*innen und anderer Berührungsgruppen bei?

Wird in der Beschreibung des Unternehmenssinns der Organisation explizit dargelegt, welche positiven Auswirkungen die Organisation auf die Bedürfnisse der (zukünftigen) Berührungsgruppen hat?

Wird die Geschäftsstrategie der Organisation auf der Grundlage des deklarierten Sinns entwickelt und angepasst?

Hat die Organisation einen Plan erstellt, der soziale, ökologische und ökonomische Risikobewertungen beinhaltet, sodass ihr tieferer Sinn auch in Stresszeiten erfüllt werden kann?

Wenn Sie eine Erklärung zum Organisationssinn haben, geben Sie diese bitte wörtlich wieder.

Wann und von welcher Organisationseinheit wurde sie entwickelt und wann wurde sie das letzte Mal geändert?

Organisationen sind Teil der Gesellschaft. Sie können der Gesellschaft dienen und sie voranbringen, indem sie menschliche Bedürfnisse oder umfassendere gesellschaftliche Bedürfnisse erfüllen.

Auch EConGOOD Switzerland ist eine solche Organisation, welche eine sozial-ökologische Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft im Sinn ihrer Vision und Mission vorantreiben will.

Instrumente für den angestrebten Wandel sind die Gemeinwohl-Bilanz für Unternehmen, Organisationen und Gemeinden, das Gemeinwohl-Produkt, der Gemeinwohl-Selbsttest, die Kursformate *Gemeinwohl Leben* und das BNE-Portal bildung-fuer-morgen.ch.

Zielgruppen sind Unternehmen, Organisationen, wie Vereine, Kirchen, ..., Gemeinden/Kantone/Bund und Privatpersonen (Bürger*innen und Konsument*innen), die bereit sind, die angestrebte sozial-ökologische Transformation mit zu unterstützen.

Die Geschäftsstelle und vier soziokratische Kreise - a) Regionalgruppen & Bewegung, b) Wirtschaftlicher Wandel, c) Bildung & Forschung sowie d) Gesellschaft & Politik - versuchen die Transformation in der Schweiz voranzutreiben - zum Nutzen des Menschen, Gesellschaft und Natur.

Der Organisationssinn wird durch die Vision, die Werte und die Mission von EConGOOD Switzerland beschrieben. Der Vorstand hat mit Zustimmung des Allgemeinen Kreises Anfang 2025 eine Aktualisierung vorgenommen und auf der Homepage publiziert ([Link](#)).

Berühungsgruppe A

Lieferant*innen

A1 Menschenwürde in der gesamten Lieferkette

A1.1 Arbeitsbedingungen und soziale Auswirkungen in der Lieferkette

Berichtsfragen

- Welche Waren und Dienstleistungen werden eingekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferant*innen ausgewählt?
- Wie werden soziale Risiken in der Lieferkette bewertet?
- Wie werden Verletzungen der Menschenwürde in der Lieferkette erkannt?
- Welcher Einfluss wird auf Lieferant*innen ausgeübt, um sicherzustellen, dass sie die Menschenwürde aller Beteiligten respektieren? Welche Zertifizierungen zu sozialen Fragen haben gekaufte Waren und Organisationen in der Lieferkette?

Das Einkaufsvolumen des Vereins hat sich im Vergleich zu 2019/20 von 10'238 CHF auf 157'933 CHF im Berichtsjahr 2024 deutlich erhöht. Das grösste Volumen in den Einkäufen von EConGOOD Switzerland besteht aus extern vergebenen Dienstleistungen für Projekte (130'377 CHF), welche über die Organisation abgewickelt werden, beispielsweise Aufgaben im Bereich der Geschäftsstelle (Abrechnung als selbständige freiberufliche Tätigkeit), im Bereich Bildung und für das FIT-Schweiz Projekt.

Nicht enthalten in dieser Aufstellung, sind Dienstleistungen, welche EConGOOD Switzerland über den EConGOOD-Dachverband bezieht, u.a. für die Webseite econgood.org, Software, Mitgliederbetreuung, Weiterentwicklung der Gemeinwohl-Bilanz, Koordination und Vernetzung sowie bestimmte zentrale Projekte. EConGOOD Switzerland hat dafür einen fix festgelegten Anteil der Mitgliedsbeiträge an den Dachverband abgeführt (25%, 7'186 CHF in 2024).

Ende 2020 hat EConGOOD Switzerland Einkaufsrichtlinien mit Nachhaltigkeitsanforderungen entsprechend der Gemeinwohl-Matrix schriftlich aufgesetzt. In der Praxis wird beim Einkauf auf die Einhaltung solcher Kriterien geachtet, sofern das überhaupt ersichtlich ist. Externe Dienstleistungen werden vorzugsweise an Unternehmen gegeben, die Teil der Organisation sind und es wird auf möglichst grosse Lokalität geachtet.

Einkauf EnG Schweiz	2023		2024		Einschätzung für das Jahr 2024			
Werte in CHF					A1 *	A2 **	A3 ***	A4 ****
Werbung	1'651	1.1%	1'686	1.1%	80%	100%	50%	
Gestaltung, Druck	0	0.0%	488	0.3%	100%	100%	80%	40%
Sonst. Kosten, Bankspesen	1'219	0.8%	1'163	0.7%	100%	100%	80%	50%
Reisespesen, Unterkunft	816	0.5%	631	0.4%	100%	100%	80%	
Versicherung (Vereinhaftpflicht)	0	0.0%	220	0.1%	100%	100%	80%	
Bücherkauf, Dokumentation, Unterlagen	616	0.4%	120	0.1%	100%	100%	80%	
Büromaterial, Kopien	35	0.0%	0	0.0%	100%	100%	80%	
Aufwand Veranstaltungen GWÖ *****	1'179	0.8%	7'797	4.9%	100%	100%	80%	80%
Aufwand RG und FG	5'855	3.8%	2'036	1.3%	100%	100%	100%	100%
Porti, Telefon, Internet	1'062	0.7%	1'084	0.7%	100%	100%	80%	
Kosten Mitgliedschaften bei anderen	1'400	0.9%	1'200	0.8%	100%	100%	100%	100%
Zwischensumme	13'833	8.9%	16'425	10.4%	98%	100%	81%	62%
Abgabe an EConGOOD Verband	8'636	5.6%	7'186	4.6%	100%	100%	100%	100%
Löhne Projekt Bildung	915	0.6%	3'545	2.2%	100%	100%	100%	100%
Honorare GST und Spesen	51'130	33.0%	48'892	31.0%	90%	100%	90%	90%
Externe Dienstleistungen, Honorare	80'412	51.9%	81'885	51.8%	100%	100%	100%	100%
Summe	154'926	100%	157'933	100%	97%	100%	95%	93%

***** RG Basel: 7'408 CHF

* Anteil extern zugekaufter Waren / Dienstleistungen, die unter fairen und ethischen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden

** Anteil faire und gerechte Behandlung der Lieferant*innen

*** Anteil der gekauften Waren und Dienstleistungen, die ökologisch günstigere Alternativen darstellen

**** Anteil Thematisierung transparenter und partizipativer Umgang

Vorstehend wird in Tabellenform ausgewiesen, welche Produkte und Dienstleistungen EConGOOD Switzerland einkauft. Der Hauptanteil entfällt auf externe Dienstleistungen, wie Beratungsdienstleistungen oder die Leitung der Geschäftsstelle, wofür keine Person angestellt wurde. Diese Tätigkeiten wurden an Mitglieder des Vereins als externe Auftragnehmer*innen vergeben.

Das Einkaufsvolumen hat sich zum Volumen aus der Erstabrechnung mit 10'000 CHF um einiges gesteigert. Allerdings wurde die Aufteilung nun anders vorgenommen, somit sind einige Positionen hinzugekommen. Nach wie vor kommen, soweit möglich, die Lieferant*innen aus dem Kreis von EConGOOD Unternehmen in der Schweiz; so ist sichergestellt, dass Nachhaltigkeitskriterien, Arbeitsbedingungen und positive gesellschaftliche Auswirkungen beachtet werden.

Einkäufe erfolgen generell über den Vorstand und die Geschäftsstelle oder im Rahmen ihrer Budgets auch durch Koordinator*innen der Regionalgruppen. Alle Beteiligten sind sensibilisiert, bei möglichen Einkäufen auf Nachhaltigkeitskriterien – insbesondere auch soziale Risiken und mögliche Verstösse gegen die Menschenwürde zu achten.

Einkaufsbedingungen mit entsprechenden Kriterien wurden Ende 2020 entwickelt. Da der Grossteil der Leistungen von EConGOOD-Unternehmen (Mitglieder, von denen einige bereits eine Gemeinwohl-Bilanz erstellt haben oder die Kriterien der Gemeinwohl-Matrix kennen), bezogen oder von ihnen ausgesucht werden, gehen wir davon aus, dass die Menschenwürde bei 94% des wertmässigen Einkaufsvolumens beachtet wird (Schätzung). Der EConGOOD-Dachverband legt für seine Einkäufe, aus denen wir Dienstleistungen beziehen, ähnliche Massstäbe an, wie EConGOOD Switzerland. Das gilt für alle A-Kriterien.

Anteil extern zugekaufter Produkte / Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen

2024

Zugekaufte Produkte / Dienstleistungen	Anteil (in %)
Externe Dienstleistungen und Honorare für Projekte	51,8
Freiberufliche Vergütungen für die Geschäftsstelle und Spesen	31

Anteil extern zugekaufter Waren / Dienstleistungen, die unter fairen und ethischen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden

2024

97 %

Verbesserungspotenziale/Ziele

Einkaufsbedingungen bekannter machen

Die Einkaufsrichtlinien sind zwar auf der Webseite des Vereins hinterlegt - aber nur wenigen Aktiven bekannt. In Zukunft sollen sie in den soziokratischen Kreisen, Regionalgruppen und im Vorstand bekannter gemacht werden.

Selbsteinschätzung



Erfahren

Es wurden umfassende Einkaufsrichtlinien etabliert, die regeln, wie Lieferant*innen anhand sozialer Kriterien bewertet, ausgewählt und bei der Umsetzung geforderter Werte unterstützt werden. Bei fast allen grossen Lieferant*innen herrschen überdurchschnittlich gute Arbeitsbedingungen.

Bewertung: Stufe «Erfahren» 40% (Erstbilanzierung 2021: 40%). Ethisches Beschaffungsmanagement ist Teil der Identität von EConGOOD Switzerland. Menschenwürdige Beschaffung ist bei allen Aktiven in ihren Aktivitäten für die Organisation verankert. Umfassende Einkaufsrichtlinien mit Nachhaltigkeitsanforderungen in Anlehnung an die Kriterien der Gemeinwohl-Bilanz wurden erstellt und es gilt, diese bei den Einkäufen noch konkret bekannter zu machen. Da sich daran nichts verändert hat, bleibt die Einstufung gleich.

A1.2 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Lieferkette

Berichtsfragen

Welche Glieder der Lieferkette bergen eine besondere Gefahr für die Menschenwürde?

In der Lieferkette der Organisation bestehen nach unserer Einschätzung keine besonderen Gefahren für die Menschenwürde. Deshalb brauchen auch keine Massnahmen ergriffen werden.

Welche Massnahmen werden ergriffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren und zu verhindern?

Als Verein bestätigen wir, dass die Menschenwürde in der Zulieferkette bei den wesentlichen Lieferant*innen nach unseren aktuellen Erkenntnissen nicht verletzt wird. Die von uns bezogenen Produkte und Dienstleistungen sehen wir nicht als ethisch riskant oder bedenklich an.

Anteil der gekauften Waren, die ethisch bedenklich sind, gegenüber denen, die ethisch unbedenklich sind

2024

0

2023

0

Selbsteinschätzung

0 Minuspunkte

Die Organisation weist geringe Risiken in ihrer Lieferkette auf und/oder reduziert mögliche negative soziale Auswirkungen auf ein Minimum.

A2 Solidarität und soziale Gerechtigkeit in der gesamten Lieferkette

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen mit Direktlieferant*innen

Berichtsfragen

- Wie sind faire und gerechte Geschäftspraktiken gegenüber unseren direkten Lieferant*innen in unsere Richtlinien integriert?
- Wie stellen wir tatsächliche oder potenzielle negative Auswirkungen auf faire und gerechte Geschäftspraktiken gegenüber unseren direkten Lieferant*innen fest?
- Welche Massnahmen haben wir ergriffen, um potenzielle negative Auswirkungen zu verhindern bzw. abzumildern, tatsächliche negative Auswirkungen zu beenden und faire und gerechte Geschäftspraktiken gegenüber unseren direkten Lieferant*innen zu etablieren? Nicht nur im Hinblick auf Preise, Zahlungs- und Lieferbedingungen, sondern auch im Hinblick auf unseren täglichen Geschäftsbetrieb und einen fairen Anteil an der Wertschöpfung?
- Haben wir ein Beschwerdeverfahren für unsere direkten Lieferant*innen etabliert und pflegen dieses?
- Wie zufrieden sind unsere Lieferant*innen hinsichtlich Preisgestaltung, Zahlungs- und Lieferkonditionen und ihres Anteils an der Wertschöpfung?
- Wie überwachen wir die Wirksamkeit unserer Richtlinien und Massnahmen hinsichtlich fairer und gerechter Geschäftspraktiken gegenüber unseren direkten Lieferant*innen?

Solidarität und Gerechtigkeit sind für die Gemeinwohl-Ökonomie und ECONGOOD Switzerland zwei zentrale Werte, deren Umsetzung im Einkauf – und möglichst in der gesamten Lieferkette – relevant sind.

Wie vorstehend gezeigt ist das Einkaufsvolumen des Vereins - siehe Zwischensumme in der Tabelle - mit 16'425 CHF pro Jahr, d.h. in etwa 1'370 CHF pro Monat recht gering. Eine faire und solidarische Geschäftsbeziehung ist für den Verein wichtig. Das gilt beispielsweise bei der Gestaltung von Flyern und Druckerzeugnissen sowie bei der Ausrichtung von Veranstaltungen. Hier werden bevorzugt ECONGOOD-Unternehmen angefragt, da ihnen faire Geschäftsbeziehungen besonders wichtig sind.

Einige Druckerzeugnisse, Werbematerialien sowie ECONGOOD-Bekleidung werden auch aus Deutschland bezogen – von dortigen ECONGOOD-Unternehmen.

Eine offizielle Befragung der Lieferant*innen ist in der Schweiz bislang nicht erfolgt; das geringe Einkaufsvolumen würde das in einer Aufwand/Nutzenbetrachtung nicht rechtfertigen. Gemäss Einschätzung sind die aktuellen Lieferant*innen aber zufrieden mit den Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen. Einige Lieferant*innen unterstützen ECONGOOD Switzerland, indem sie bewusst nicht marktkonforme Preise verlangen. Mit allen Lieferant*innen wird – sofern möglich und gewünscht – offen über das Thema «faire Preise» geredet.

Wir haben bisher noch kein strukturiertes Beschwerdeverfahren für unsere Lieferant*innen definiert und eingerichtet. Unser Einkaufsvolumen ist gering und unsere externen Dienstleister*innen sind fast alle Mitglieder der Organisation, also Unternehmen die entweder eine Gemeinwohl-Bilanz haben oder unsere Werte teilen.

Durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehung mit direkten Lieferant*innen

2024
4 Jahre
2023
3 Jahre

Lieferantenzufriedenheit gemessen durch Umfragen

2024
Die Lieferantenzufriedenheit ist nach unserer Einschätzung sehr hoch, wurde allerdings nicht durch gezielte Umfragen gemessen.

Einschätzung der eigenen Marktmacht

2024
ECONGOOD Switzerland hat keine Marktmacht und würde eine solche auch nicht ausüben.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Umfrage über Zufriedenheit der Dienstleister

Da wir zwischenzeitlich seit mehreren Jahren mit den gleichen Dienstleister*innen zusammenarbeiten, möchten wir eine Umfrage über die Zufriedenheit durchführen. Das im Sinne eine kontinuierlichen Verbesserung.

Selbsteinschätzung



Erfahren

Mit allen direkten Lieferant*innen bestehen faire Geschäftsbeziehungen. Die durchschnittliche Dauer der Zusammenarbeit mit Lieferant*innen beträgt mindestens fünf Jahre und/oder die meisten Lieferant*innen sind mit Preisgestaltung, Zahlungs- und Lieferbedingungen sehr zufrieden.

Bewertung: Stufe «Erfahren» 40%. (Erstbilanzierung 2021: 40%). Faire Geschäftsbeziehungen sind bei allen wesentlichen Lieferant*innen auf einem überdurchschnittlichen Niveau etabliert. Dabei wird sichergestellt, dass die Wertschöpfung angemessen verteilt ist (auch hinsichtlich deren Vorlieferant*innen). Die Einkaufsrichtlinien wurden Ende 2020 erstellt. Trotz der kurzen Geschäftsbeziehungen stuft sich der Verein als erfahren ein.

A2.2 Faire und gerechte Geschäftspraktiken entlang der gesamten Lieferkette

Berichtsfragen

Welche Richtlinien/Strategien verfolgt die Organisation, um eine faire und gerechte Behandlung aller Beteiligten in ihrem Einflussbereich entlang der gesamten Lieferkette sicherzustellen?

Inwieweit hat die Organisation tatsächliche oder potenzielle negative Auswirkungen ihrer Geschäftspraktiken gegenüber allen Beteiligten entlang der Lieferketten festgestellt?

Welche Massnahmen hat die Organisation ergriffen, um potenzielle negative Auswirkungen zu verhindern und abzumildern, tatsächliche negative Auswirkungen zu beenden, ihr Ausmass zu minimieren und faire und gerechte Geschäftspraktiken entlang der gesamten Lieferkette zu etablieren? Nicht nur im Hinblick auf Preise, Zahlungs- und Lieferbedingungen, sondern auch im Hinblick auf den täglichen Geschäftsbetrieb und eine faire Beteiligung an der Wertschöpfung?

Wie überwacht die Organisation die Wirksamkeit ihrer Richtlinien und Massnahmen im Hinblick auf eine faire und gerechte Behandlung aller Beteiligten entlang der Lieferkette?

Der Verein EConGOOD Switzerland versucht die Unternehmen, von denen er Produkte und Dienstleistungen bezieht von der Erstellung einer Gemeinwohl-Bilanz und/oder der Teilnahme an Workshops zu Themen aus und zur Gemeinwohl-Bilanz zu überzeugen. Dadurch setzen sich diese Unternehmen dann auch mit dem Thema Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette auseinander und entwickeln positive Praktiken dazu. Hinweis: die Erstellung einer Gemeinwohl-Bilanz oder die Teilnahme an den vorbenannten Workshops ist jedoch keine Bedingung für mögliche Einkäufe bei Unternehmen.

Risiken und Missstände für Solidarität und Gerechtigkeit können wir bei den Gemeinwohl-Unternehmen, die uns als EConGOOD Switzerland beliefern, nicht erkennen. Bei den anderen Unternehmen schauen die Einkaufenden üblicherweise auf die Webseiten, um Informationen zu Nachhaltigkeit und Verantwortung zu finden. Bei Kleineinkäufen kann dieses meist nicht sichergestellt werden.

International und national erfährt die Gemeinwohl-Ökonomie seit 2024 ein Re-branding von *Gemeinwohl-Ökonomie*, in der jeweiligen Landessprache, zu *EConGOOD*. Dieser Schritt wurde getan, um mehr Bekanntheit und eine grössere Wiedererkennung und Wirkung zu erzielen. In diesem Zuge wurde das EConGOOD-Label eingeführt, welches nun von Unternehmen genutzt werden kann. Dies soll die Vergleichbarkeit der sozialen, ethischen und ökologischen Auswirkungen von Unternehmen erhöhen. Nun gilt es als nächsten Schritt dieses Label bekannt zu machen.

Wie stellt die Organisation sicher, dass Stakeholder entlang der gesamten Lieferkette ihre Beschwerden bezüglich einer fairen und gerechten Behandlung vorbringen können?

Anteil der gekauften Dienstleistungen, Produkte und Rohstoffe, bei denen faire und gerechte Geschäftspraktiken entlang der gesamten Lieferkette als relevante Kaufkriterien betrachtet wurden (z.B. ein Label, das Solidarität und soziale Gerechtigkeit berücksichtigt)

2024	100 %
2023	100 %
Interne Schätzung	

Anteil der Lieferant*innen, die auf der Grundlage einer fairen und gerechten Behandlung ihrer Lieferant*innen und anderer Stakeholder ausgewählt wurden und / oder mit denen dieses Thema angesprochen wurde (z.B. im Rahmen eines Verhaltenskodex für Lieferant*innen)

2024	100 %
2023	100 %
Interne Schätzung	

Anteil der zugekauften Produkte und Rohstoffe, die bis zum Ursprung rückverfolgbar sind und für die die jeweiligen Handelspartner*innen entlang der Lieferketten bekannt sind

2024	90 %
2023	90 %
Interne Schätzung	

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Anteil der Dienstleistungs- und Projektpartner

Der Anteil der Dienstleistungs- und Projektpartner*innen hat sich 2023 und 2024 erhöht. Es sind alles Freiberufler*innen oder gemeinwohl-orientierte Unternehmen, die in bei EConGOOD aktiv sind und die sich zu den Werten der Gemeinwohl-Ökonomie bekennen.

Selbsteinschätzung



Erfahren

Für mindestens die Hälfte aller eingekauften Waren, Dienstleistungen und Rohstoffe wird nachweislich die Einhaltung fairer und gerechter Geschäftspraktiken als verbindliches Einkaufskriterium angewandt (das bedeutet, dass, sie über ein anerkanntes Label verfügen). Die gesamte Lieferkette wird regelmässig auf Risiken überprüft und gegebenenfalls werden Massnahmen und/oder Sanktionen ergriffen. Eine gerechte Verteilung der Wertschöpfung entlang der Lieferkette wird überwacht und/oder umgesetzt. Es wurden umfangreiche Massnahmen ergriffen, um alle Beteiligten entlang der gesamten Lieferkette dabei zu unterstützen, eine faire und gerechte Behandlung aller Beteiligten umzusetzen.

Bewertung: Stufe «Erfahren» 60% (Erstbilanzierung 2021: 60%). EConGOOD Switzerland wirkt in ihrem Einflussbereich mit innovativen Lösungsansätzen positiv auf die Gewährleistung eines fairen und solidarischen Umgangs mit allen Beteiligten ein (vorbildlich). Aber es ist noch nicht gewährleistet, dass alle

eingekauften Produkte und Dienstleistungen ein Label für einen fairen und solidarischen Umgang mit ihren Anspruchsgruppen vorweisen können.

A2.3 Negativaspekt: Missbrauch von Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Berichtsfragen

Verfügt die Organisation über Marktmacht gegenüber direkten und indirekten Lieferant*innen und wie wird diese genutzt?

Liegen der Organisation Anhaltspunkte dafür vor, dass ihre Lieferant*innen durch ihre Marktmacht benachteiligt werden, insbesondere hinsichtlich der Zahlungs- und Lieferbedingungen?

Welche Missstände bzw. negative Berichterstattung gab es diesbezüglich im letzten Jahr?

Der Verein EConGOOD Switzerland hat keine Marktmacht gegenüber einzelnen Lieferant*innen und würde eine solche auch nicht ausüben. Es gibt keine Anhaltspunkte, dass Lieferant*innen des Vereins infolge einer möglichen Marktmacht benachteiligt worden wären.

EConGOOD Switzerland bestätigt, dass nach Kenntnisstand weder Solidarität noch Gerechtigkeit in der Zulieferkette verletzt werden. Wir haben keine Kenntnis über Marktmacht bei unseren wichtigsten Lieferant*innen und würden diese, sofern wir diese hätten, nicht ausnutzen.

Selbsteinschätzung

0 Minuspunkte

Das Risiko, dass die Organisation ihre Marktmacht gegenüber direkten und indirekten Lieferant*innen einsetzt, ist gering und die damit verbundenen potenziellen negativen Auswirkungen sind auf ein Minimum reduziert.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der gesamten Lieferkette

Berichtsfragen

- Welche Rohstoffe werden im Produktionsprozess verwendet und in welcher Menge?
- Welche Energiearten, Materialien und Technologien werden im Produktionsprozess eingesetzt?
- Was sind die allgemeinen Kriterien für die Auswahl von Rohstoffen, Waren und Dienstleistungen?
 - Wie werden Umweltrisiken entlang der gesamten Lieferkette überwacht bzw. bewertet?
 - Welche schädlichen Umweltauswirkungen gibt es entlang der Lieferkette bzw. bei der Produktion der zugekauften Güter?
- Welche Umweltkriterien werden bei der Auswahl der Lieferant*innen und ihrer Produkte berücksichtigt?
- Welche Massnahmen wurden ergriffen, um die Umweltauswirkungen der Lieferant*innen entlang der gesamten Lieferkette zu reduzieren?
- Wie verhalten wir uns im Vergleich zu unseren Mitbewerbern im Hinblick auf umweltfreundliche Einkäufe?

A3.1 Umweltauswirkungen entlang der Lieferkette

Ökologische Nachhaltigkeit ist für ECONGOOD ein sehr wichtiger Wert und wird auch bei eigenen Einkaufs- bzw. Beschaffungs-Massnahmen berücksichtigt. Vorstehend unter A1 wurde das Einkaufsvolumen mit 157'933 CHF im Berichtsjahr 2024 beziffert.

ECONGOOD Switzerland hat keine eigene Produktion und deshalb werden auch keine Rohstoffe und Materialien sowie Energie und Technologien im Sinne des Fragenkatalogs zu A3.1 aufgewendet.

Ein wichtiges Kriterium beim Einkauf von Produkten und Dienstleistungen ist die ökologische Nachhaltigkeit des betreffenden Unternehmens (Informationen auf der Webseite, Nachfrage bei Direktkontakt, ...) und ob dieses Unternehmen beispielsweise eine Gemeinwohl-Bilanz erstellt hat und/oder sich zu den Werten der Gemeinwohl-Ökonomie bekennt. So werden auch die ökologischen Risiken in der Zulieferkette evaluiert. Relevant dabei sind der CO₂-Fussabdruck sowie die Ressourcenschonung und Herkunft (Risikoländer).

Die ökologische Nachhaltigkeit ist bei den bezogenen Dienstleistungen für die Geschäftsstelle und die Projekte zu 100% gegeben. Es handelt sich hierbei um Aktive der Organisation, die ökologische Nachhaltigkeit in ihrem beruflichen und privaten Alltag ernstnehmen.

Diejenigen, die Einkäufe tätigen versuchen ökologische Kriterien zu berücksichtigen. Bei Einkäufen für Büromaterial, Kopien, Porti, Telefon und Internet sind üblicherweise keine ökologischeren Alternativen auf den ersten Blick zu finden und das Einkaufsvolumen ist recht gering.

Der grösste Hebel, um im Einkauf ökologische Nachhaltigkeit zu sichern, ist bei Unternehmen einzukaufen, die eine Gemeinwohl-Bilanz erstellt haben und/oder sich zu den Werten der Gemeinwohl-Ökonomie bekennen.

Anteil der gekauften Waren und Dienstleistungen, die ökologisch günstigere Alternativen darstellen

2024
95 %
2023
95 %

Interne Schätzung

Anteil der direkten Lieferant*innen, die ihre Umweltbelastung reduziert haben

2024
95 %
2023
95 %

Interne Schätzung

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Social Media Nutzung für Werbung

Bei der Werbung für ECONGOOD Switzerland wurde im Berichtszeitraum vermehrt auf Social Media gesetzt. LinkedIn, Facebook und Instagram werden regelmässig mit Inhalten zu ECONGOOD bespielt.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Ökologischere Alternativen für Social Media

LinkedIn (Microsoft) sowie Facebook und Instagram (Meta) haben enorm hohe Reichweiten. Leider gibt es bislang keine ökologischeren Alternativen, die ähnliche Reichweiten erreichen. Mögliche Alternativen gilt es zu erschliessen.

Selbsteinschätzung



Erfahren

Es wurden umfassende Einkaufsrichtlinien etabliert, die regeln, wie eingekaufte Waren nach ökologischen Kriterien bewertet und ausgewählt werden und wie Lieferant*innen in den Lieferketten bei der Umsetzung geforderter Umweltstandards unterstützt werden. Fast alle Hauptlieferant*innen erfüllen überdurchschnittliche Umweltstandards.

Bewertung: Stufe «Erfahren» **60%**. (Erstbilanzierung 2021: 70%). Ökologisches Einkaufsmanagement ist Teil der EConGOOD-Identität. Von den wesentlichen Lieferant*innen werden überdurchschnittlich gute ökologische Standards erfüllt. Prozesse, für ökologische Beschaffung und Reduktion der ökologischen Risiken zugekaufter Produkte und Dienstleistungen, sind allerdings nicht offiziell erstellt und kommuniziert.

A3.2 Negativaspekt: Unverhältnismässige Umweltbelastungen in der Lieferkette

Berichtsfragen

Welche Lieferant*innen oder Güter in der Lieferkette wirken sich besonders schädlich auf die Umwelt aus?

Welche Massnahmen wurden ergriffen, um diese Auswirkungen zu verringern?

Es sind uns keine besonders schädlichen ökologischen Auswirkungen aus der Lieferkette bekannt.

Wir bestätigen als EConGOOD Switzerland, dass wir nach unserem Kenntnisstand keine Produkte oder Dienstleistungen zukaufen, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen.

Anteil der eingekauften Waren und Dienstleistungen, die als unverhältnismässig umweltbelastend gelten

2024

0 %

2023

0 %

Selbsteinschätzung

0 Minuspunkte

Die Organisation weist in ihrer Lieferkette geringe Umweltrisiken auf und/oder reduziert mögliche negative Auswirkungen auf ein Minimum.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Lieferkette

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen

Berichtsfragen

Inwieweit haben wir Transparenz und Mitsprache gegenüber unseren direkten Lieferant*innen in unsere Richtlinien integriert?

Inwieweit haben wir tatsächliche oder potenzielle negative Auswirkungen hinsichtlich Transparenz und Mitsprache gegenüber unseren direkten Zulieferern festgestellt?

Welche Massnahmen haben wir ergriffen, um mögliche negative Auswirkungen zu verhindern bzw. abzumildern, tatsächliche negative Auswirkungen zu beenden bzw. ihre Folgen zu minimieren und um Transparenz und Mitsprache mit unseren direkten Zulieferern herzustellen?

Wie gut sind Beschwerdeverfahren hinsichtlich Transparenz und Mitbestimmung bei unseren direkten Lieferant*innen etabliert und begleitet?

Wie zufrieden sind unsere direkten Lieferant*innen hinsichtlich unserer Transparenz und ihrer Mitsprachemöglichkeiten?

Wie überwachen wir die Wirksamkeit unserer Richtlinien und Massnahmen hinsichtlich Transparenz und Mitbestimmung gegenüber unseren direkten Lieferant*innen?

Durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehung mit direkten Lieferant*innen

2024

4 Jahre

2023

3 Jahre

Lieferant*innenzufriedenheit hinsichtlich Transparenz und Mitbestimmung (u.a. über Befragungsergebnisse)

2024

Hohe Zufriedenheit festgestellt - auch wenn keine explizite Befragung durchgeführt wurde.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Vergütung professioneller Tätigkeiten

Im Berichtszeitraum 2023/24 wurden weitere vergütete Projektaufträge an Mitglieder der Organisation vergeben, wofür es nun ausformulierte Grundsätze gibt.

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Mit allen direkten Lieferant*innen bestehen transparente und partizipatorische Geschäftsbeziehungen, die auf überdurchschnittlichen Möglichkeiten zur Mitentscheidung basieren. Alle direkten Lieferant*innen sind mit der Informationspolitik der Organisation und ihren Mitsprachemöglichkeiten sehr zufrieden.

Bewertung: Stufe «Vorbildlich» 70% (Erstbilanzierung 2021: 70%). Transparente und partizipative Geschäftsbeziehungen auf einem überdurchschnittlich hohen Niveau sind bei allen wesentlichen Lieferant*innen und Geschäftspartner*innen von EConGOOD Schweiz etabliert. Die Lieferant*innen sind, soweit bekannt, sehr zufrieden mit der Informationspolitik von EConGOOD und den Mitentscheidungsmöglichkeiten.

A4.2 Positiver Einfluss auf Transparenz und Mitentscheidung entlang der Lieferkette

Der Einflussbereich von EConGOOD Switzerland ist bislang recht gering, da nur wenige Einkäufe und dabei keine grösseren Beschaffungen getätigt werden.

Grundsätzlich unterstützt EConGOOD einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten.

Am effektivsten ist dieser Umgang mit Unternehmen gewährleistet, die eine Gemeinwohl-Bilanz erstellt haben und/oder sich zu den Werten der Gemeinwohl-Ökonomie bekennen. Bei ihnen gehen wir davon aus, dass sie Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette praktizieren.

Sollte EConGOOD Switzerland erkennen, dass Transparenz und Mitentscheidung bei wesentlichen Lieferant*innen nicht sichergestellt ist, würden wir nach anderen Lieferant*innen Ausschau halten.

Berichtsfragen

Über welche Richtlinien/Strategien verfügt die Organisation, um Transparenz und Mitsprache aller Stakeholder in ihrem Einflussbereich entlang ihrer gesamten Lieferketten zu gewährleisten?

Inwieweit hat die Organisation tatsächliche oder potenzielle negative Auswirkungen hinsichtlich der Transparenz und Mitbestimmung gegenüber allen Beteiligten entlang der Lieferkette festgestellt?

Welche Massnahmen hat die Organisation ergriffen, um potenzielle negative Auswirkungen zu verhindern bzw. abzumildern, tatsächliche negative Auswirkungen zu beenden, ihre Auswirkungen zu minimieren und Transparenz und Mitbestimmung über die gesamten Lieferketten hinweg zu gewährleisten?

Wie überwacht die Organisation die Wirksamkeit ihrer Richtlinien und Massnahmen hinsichtlich Transparenz und Mitbestimmung aller Beteiligten entlang der Lieferkette?

Wie stellt die Organisation sicher, dass Stakeholder entlang der Lieferketten ihre Beschwerden hinsichtlich Transparenz und Mitbestimmung vorbringen können?

Anteil der eingekauften Produkte und Rohstoffe, bei denen Transparenz und Mitbestimmung als verbindliche Einkaufskriterien berücksichtigt wurden (also die über ein Label	2024	70 %
	2023	70 %

verfügen, das Transparenz, Mitbestimmung etc. berücksichtigt)

Anteil der Lieferant*innen, die Gemeinwohl-Unternehmen sind oder sich zu den Werten bekennen.

Anteil der Lieferant*innen, mit denen Transparenz und Beteiligung gegenüber allen Stakeholdern angesprochen und / oder die auf dieser Basis ausgewählt wurden

2024
70 %
2023
70 %

Anteil der zugekauften Produkte und Rohstoffe, deren Lieferketten bis zum Ursprung zurückverfolgt werden können und die jeweiligen Handelspartner*innen bekannt sind

2024
90 %
2023
90 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Anteil Gemeinwohl-Unternehmen

Die Anzahl der Gemeinwohl-Unternehmen hat sich bei den Dienstleistungs-Partner*innen erhöht.

Selbsteinschätzung



Erfahren

Mindestens für die Hälfte aller eingekauften Produkte, Dienstleistungen und Rohstoffe ist nachweislich Transparenz und Mitbestimmung über die gesamte Lieferkette hinweg als verbindliches Kaufkriterium berücksichtigt und alle Lieferant*innen werden auf dieser Basis ausgewählt. Die Lieferkette wird regelmässig auf Risiken und Mängel hin überprüft und gegebenenfalls werden umgehend Massnahmen und/oder Sanktionen ergriffen. Um Transparenz und Mitbestimmung für alle Beteiligten zu gewährleisten, wurden umfassende Massnahmen zur Unterstützung aller Stakeholder in der Lieferkette ergriffen.

Bewertung: Stufe «Erfahren» 60% (Erstbilanzierung 2021: 50%). EConGOOD Switzerland wirkt in seinem Einflussbereich mit innovativen Lösungsansätzen positiv auf die Gewährleistung eines fairen und solidarischen Umgangs aller Beteiligten ein. In diesem Sinne engagieren sich alle Aktiven auf den diversen Ebenen der Organisation = vorbildlich. Es gibt in der Praxis aber kaum Labels für dieses Kriterium. Ausnahme bilden Unternehmen, die eine Gemeinwohl-Bilanz erstellt haben und sich zu den Werten der Gemeinwohl-Ökonomie und damit auch zu Transparenz und Mitentscheidung bekennen. Wertmässig 90% des Einkaufsvolumens der Organisation erfüllt diese Anforderungen.

Berühungsgruppe B

Eigentümer*innen, Eigenkapital- und Finanzpartner*innen

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

ECONGOOD Switzerland braucht nicht nach B1.1 zu berichten; dafür wird unter B1.2 ausgeführt.

Berichtsfragen

Wurde die Höhe des angestrebten Eigenkapitals unter Berücksichtigung der Risikowahrscheinlichkeiten geprüft?

Gibt es Regeln für die Verwendung von Erträgen?

Eigenkapitalquote

Branchenübliche Eigenkapitalquote

Verwendung des Bilanzgewinns der letzten 5 Jahre

Geplante Reservenbildung im laufenden und nächsten Jahr

Selbsteinschätzung

B1.2 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung für Selbstverwaltungsorganisationen

Berichtsfragen

Welche Arten von Mitgliedervorteilen stehen der Organisation zur Verfügung und welchen Geldwert stellen sie dar?

Welche anderen Finanzierungsmöglichkeiten, die die Autonomie der Organisation nicht beeinträchtigen, wurden in Betracht gezogen?

Wird dies durch eine entsprechende Fundraising-Strategie unterstützt?

Für ECONGOOD Switzerland ist ein ethischer Umgang mit Geldmitteln ein elementares Anliegen. Das Modell der Gemeinwohl-Ökonomie fordert, dass Geld ein Mittel zur Transaktionsunterstützung sein soll und nicht der Zweck des Wirtschaftens, was anderenfalls eine reine Kapitalmehrung bewirken würde.

Für die Finanzierung des Vereins ist die Organisation auf Mitgliedsbeiträge, Spenden und Fördermittel von Stiftungen angewiesen. Eine Vergütung für Vorstands- und Koordinations-Tätigkeiten ist bislang nicht erfolgt. Die Aktivitäten im Berichtszeitraum 2023/24 basieren auf ehrenamtlichem Engagement der etwa 65 Aktiven.

Ausnahmen gibt es im Bereich der Geschäftsstelle (inklusive professioneller Leistungen im Bereich der Mitgliederverwaltung, Finanzen/Buchhaltung, IT, Grafik und Marketing / Social Media) mit 39'701 CHF in 2024 sowie den Projekten Bildung (inklusive des BNE-Portals bildung-fuer-morgen.ch), dem FIT-Projekt (professionellere Ausrichtung der Organisation inklusive Einführung der Soziokratie) und den Angeboten für Privatpersonen gemeinwohl-leben.ch mit 81'902 CHF in 2024. Für die Geschäftsstelle und die Projekte werden Aufwandsentschädigungen für vordefinierte Leistungen gezahlt. Alle Leistungsempfänger*innen sind Mitglieder der Organisation und sie betätigen sich zusätzlich auch ehrenamtlich für ECONGOOD Switzerland.

Es war bislang nicht das Ziel von ECONGOOD Switzerland Eigenmittel aufzubauen. Zahlungseingänge aus Mitgliedsbeiträgen und Spenden werden generell im selben Jahr für laufende Ausgaben und kleinere Projekte ausgegeben. Dies ist in den Jahresberichten dokumentiert.

Seit einigen Jahren erhält der Verein finanzielle Zuschüsse über Stiftungen für konkrete Projekte (inklusive der Geschäftsstelle). Die recht hohen flüssigen Mittel zum Ende eines Jahres resultieren aus dem Fundraising für laufende Projekte.

Mitglieder erhalten keine finanziellen Vorzüge; sie entrichten jährlich ihren Mitgliederbeitrag.

Der Verein prüft recht genau, über wen Spenden und Fördermittel von Stiftungen bezogen werden. Alle Spender*innen und Stiftungen unterstützen die Werte der Gemeinwohl-Ökonomie.

Anteil der Mitgliedsbeiträge am jährlichen ordentlichen Budget

2024	15,9 %
2023	14,6 %

Anteil der sonstigen Einnahmen aus eigener Tätigkeit am jährlichen ordentlichen Budget

2024	3,4 %
2023	2 %

Anteil der Fundraising-Ergebnisse am jährlichen ordentlichen Budget

2024	80,7 %
2023	83,4 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt Fundraising für Projekte

Im Berichtszeitraum 2023/24 haben uns vier Stiftungen finanziell unterstützt. Die Förderung der Geschäftsstelle und der Projekte im Bereich Bildung sowie für das FIT-Projekt und *Gemeinwohl Leben* laufen auch noch in 2025 weiter.

Verbesserungspotenziale/Ziele Fundraising

Fundraising ist auch weiterhin für den Betrieb der Geschäftsstelle und gewisse Projekte der Organisation wichtig. Dafür gibt es eine Projektgruppe, die den Kontakt mit Stiftungen pflegt und weitere Förderungsmöglichkeiten prüft.

Mitglieder-Kampagne für Privatpersonen

Eine Projektgruppe plant die Umsetzung einer Mitglieder-Kampagne ab September 2025. Es sollen gezielt neue Privatmitglieder gewonnen werden. Zielgruppe sind die LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability). Bestehende Mitglieder sollen in die Kampagne eingebunden werden, um in ihrem Umkreis neue Mitglieder zu gewinnen.

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Die jährlichen Einnahmen aus Mitgliedsbeiträgen, Erträge aus eigenen Aktivitäten und Spenden reichen aus, um die Ausgaben des Geschäftsjahres zu decken, Investitionen zu tätigen und Projekte zu entwickeln. Die Spendenstrategie definiert

Ausschlusskriterien für Spender*innen. Die Selbstverwaltungskörperschaft achtet nicht nur darauf, dass die Mittel zur Förderung des Gemeinwohls eingesetzt werden, sondern lehnt auch Mittel aus Quellen ab, die nicht den Werten des Gemeinwohls entsprechen.

Bewertung: Stufe «Vorbildlich» 70% (Erstbilanzierung 2021: 30% - jedoch für das Kriterium B1.1).

B1.3 Gemeinwohl-orientierte Fremdfinanzierung

Berichtsfragen
 Welche Art und Höhe der Finanzierung durch Stakeholder und/oder ethische Banken ist umsetzbar und angemessen?
 Wie können konventionelle Kredite ersetzt und finanzielle Risiken gemindert werden?

Bei diesem Kriterium wird die Finanzierung des Vereins durch Berührungsgruppen hinterfragt. Bislang gibt es keine Fremdfinanzierungen und auch keine Kredite. Zuschüsse von Stiftungen für die Geschäftsstelle und Projekte werden zweckbestimmt verwendet und brauchen nicht zurückbezahlt werden.

Finanzielle Risiken bestehen insoweit, dass die Aktivitäten der Geschäftsstelle finanziert werden müssen. Das ist aktuell aus den Mitgliedsbeiträgen nicht möglich. Die Förderung der fph-Stiftung gilt es über das Jahr 2025 hinaus aufrechtzuerhalten und neue Förderungen zu erschliessen.

Fremdkapitalquote
 2024
 71,9 %
 2023
 77,6 %

Bestehende Finanzierungen nach Art

Finanzierungsart	Betrag (in CHF)
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.621
Passive Rechnungsabgrenzungsposten	1.668
Rückstellungen für Projekte	46.286
übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	381

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Fundraising

Im Berichtszeitraum haben uns vier Stiftungen finanziell wirkungsvoll unterstützt.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Fundraising

Zur weiteren Finanzierung der Aktivitäten in der Geschäftsstelle wird angestrebt, dass die fph-Stiftung ihre Förderung auch im Jahr 2026 und darüber hinaus (2027-2030) fortsetzen wird.

Selbsteinschätzung



Erfahren

Solidarische Finanzierungen durch Stakeholder und/oder Kredite einer ethischen Bank bilden einen wesentlichen Teil der Unternehmensfinanzierung und ermöglichen eine beschleunigte Rückzahlung bestehender konventioneller Kredite.

Bewertung: Stufe «Erfahren» 60%. (Erstbilanzierung 2021: 50%). Die solidarische Finanzierung erfolgte im Berichtszeitraum primär über Mitgliedsbeiträge, Spenden und Fundraising. Der Verein arbeitet mit der Ethikbank Freie Gemeinschaftsbank (FGB) in Basel und deren Stiftung (SFGB) zusammen.

B1.4 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen

Berichtsfragen

Mit welchen Finanzpartner*innen arbeitet das Unternehmen?
 Wie werden Finanzpartner*innen bewertet im Rahmen ethischer und nachhaltiger Kriterien?

Der Verein EConGOOD Switzerland unterhält Bankkonten – zunächst für die laufenden Einnahmen und Ausgaben bei der Freien Gemeinschaftsbank in Basel (FGB) und ein weiteres zur Abwicklung von Spenden bei der Stiftung Freie Gemeinschaftsbank in Basel (SFGB). Ausserdem gibt es für die Geschäftsstelle ein Konto bei der Raiffeisenbank Schaffhausen.

Die Freie Gemeinschaftsbank und ihre Stiftung sind beide als ethisch-nachhaltige Institute in der Schweiz einzustufen. Als ihre Grundsätze bezeichnet die Freie Gemeinschaftsbank: *«Zentrale Aufgabe der Freien Gemeinschaftsbank ist es, zwischen Menschen zu vermitteln, die Geld zur Verfügung stellen können, und Menschen, die Gelder für das Erreichen ihrer Ziele benötigen. Die Freie Gemeinschaftsbank fördert verantwortungsvolle und zukunftsgerichtete gemeinnützige Initiativen. Geld soll dabei der Entwicklung des Menschen dienen.»*

Die Raiffeisen-Gruppe verfolgt eine konzernweite Nachhaltigkeitsstrategie mit explizitem Fokus auf Themen wie den Klimaschutz, nachhaltige Produkte, gesellschaftliches Engagement und die Förderung sauberer Energie. Ein zentrales Ziel ist die Reduktion der negativen Umweltwirkungen, wie etwas durch nachhaltige Immobilienfinanzierung, die nach UN-Nachhaltigkeitszielen ausgerichtet ist, insbesondere SDG 7 (saubere Energie) und SDG 13 (Klimaschutz). Raiffeisen betont genossenschaftliche Werte wie Fairness, Demokratie, Solidarität und Transparenz als Basis für ethisches Geschäftsgebaren. Die genossenschaftliche Struktur sowie sehr gute ESG-Ratings (Nachhaltigkeitsstandard der Finanzindustrie) untermauern dieses Profil und die Bemühungen werden transparent und mit klaren Zielen dokumentiert.

Da EConGOOD Switzerland keine Mitarbeitenden beschäftigt (Ausnahme im Bereich Bildung mit einem sehr kleinen Budget) ist der Verein für die 2. und 3. Säule auch keiner Pensionskasse angeschlossen.

Bis zu drei wesentliche Finanzpartner*innen

2024

Partner*inneninstitut	Finanzprodukt	Geschäftsumfang (Jahresvolumen) (in CHF)
Freie Gemeinschaftsbank Basel (FGB)	Kontokorrentkonten	168.338
Stiftung Freie Gemeinschaftsbank (SFGB)	Spendenkonto	4.000

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Finanzpartner*innen erbringen ausschliesslich ethisch nachhaltige Finanzdienstleistungen, sie arbeiten nach Prinzipien, die mit dem wertebasierten Finanzhandeln «Value-Based Banking» vergleichbar sind.

B Eigentümer*innen, Eigenkapital- und Finanzpartner*innen | B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Bewertung: Stufe «**Vorbildlich**» 70%. (Erstbilanzierung 2021: 90%). Finanzpartner*innen sind ausschliesslich ethisch-nachhaltige Finanzdienstleister*innen. Die Raiffeisen Schaffhausen wurde zur einfacheren Handhabung für die Geschäftsstelle aufgenommen. Dadurch hat sich die Bewertung vs. der Erstbilanzierung leicht verschlechtert.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Berichtsfragen

Welche wirtschaftlichen und sozialen Risiken sind im Bilanzierungszeitraum eingetreten oder sind für die Zukunft der Organisation zu erwarten?

Wie werden wirtschaftliche und soziale Risiken in der finanziellen Zukunftsplanung der Organisation berücksichtigt?

Welche Investitionen sind geplant, um die gesunde Entwicklung der Organisation auch in Zukunft sicherzustellen?

Welcher Prozess wird zur Entscheidung über die Vergütung der Eigentümer*innen (Dividenden, Renditen, Ausschüttungen) durchgeführt?

Wie wird der von der Organisation generierte Stakeholder-Nutzen gemessen?

Stakeholder- und Eigentümeranalyse: Bewertung der sozialen und wirtschaftlichen Zusammenhänge der Organisation

Risikoanalyse für den nächsten Berichtszeitraum hinsichtlich der erwarteten ökonomischen, ökologischen und sozialen Risiken

Finanzplanung zur Bewältigung der identifizierten Risiken für die Stakeholder (z.B. Investitionsplan, Liquiditätsplanung):

Jährliches Nettobetriebseinkommen (nach Abzug der Ausgaben)

B2.1 Solidarische und Gemeinwohl-orientierte Mittelverwendung

Eine soziale und gemeinwohl-orientierte Haltung im Umgang mit Geldmitteln ist vom Verein EConGOOD Switzerland sichergestellt.

Vorstehend unter B.1 wurde dargestellt, wie sich die Organisation in der Schweiz finanziert bzw. Finanzmittel für die laufenden Ausgaben und die Projekte aufbringt. Als Organisation möchte sie weitere Projekte im Rahmen ihrer Vision und Mission umsetzen; dazu gilt es weiterhin ausreichende finanzielle Mittel zu generieren.

Bislang ist der Verein in der Schweiz keine wesentlichen laufenden Verpflichtungen eingegangen – keine Mitarbeitenden, keine Belastung aus Geschäftsräumen, etc. Für mögliche Zukunftsausgaben konnten bislang kaum Reserven aufgebaut werden.

2024

EConGOOD Switzerland ist ein Verein und hat keine Eigentümer*innen. Relevante Stakeholder sind die Aktiven, die hauptsächlich ehrenamtlich in verschiedenen Funktionen und Kreisen aktiv sind. Besondere Tätigkeiten für die Geschäftsstelle sowie in wichtigen Projekten des Vereins werden vergütet.

2024

Ökologische und soziale Risiken sind auch für die Zukunft, d.h. den Zeitraum 2025 bis 2027 nicht ersichtlich. Die Organisation lebt und praktiziert die Werte der Gemeinwohl-Ökonomie im täglichen Umgang miteinander. Ökonomische Risiken sind insoweit gegeben, dass die weitere Förderung der Geschäftsstelle und der Projekte über das Jahr 2025 nicht verbindlich gesichert ist. Sollten die Budgets hierfür reduziert werden müssen, würde der Verein die entsprechenden Leistungen und Projekte kürzen.

2024

-1'741 CHF

2023

10'512 CHF

2024

46'286 CHF

2023

48'575 CHF

Gesamtsumme der geplanten Ausgaben zur Zukunftssicherung der Organisation (Entwicklungsinvestitionen, Anlagevermögen und Rücklagen)

Gesamtausgaben für Entwicklung (strategische Ausgaben)	2024	15'000 CHF
	2023	15'000 CHF
		FIT-Projekt zur Weiterentwicklung der Organisation - gefördert von der 3FO Stiftung
Gesamtausgaben für Anlagevermögen	2024	0 CHF
	2023	0 CHF
Einstellung in die Rücklagen	2024	0 CHF
	2023	0 CHF
Dividenden / Kapitalrenditen, die auf das Stammkapital / Eigenkapital gezahlt werden	2024	0 CHF
	2023	0 CHF
Dividenden / Kapitalrenditen, die auf das Stammkapital / Eigenkapital gezahlt werden, in % des ausgezahlten Aktienkapitals / Eigenkapitals	2024	0 %
	2023	0 %
		Der Verein zahlt keine Dividenden. Gewinne werden thesauriert.

Selbsteinschätzung



Erfahren

Die Organisation verfügt über systematische Stakeholder- und Risikobewertungsmethoden, um ihre Solidarität und soziale Gerechtigkeit in der Praxis zu bewerten. Die Finanzplanung wird an identifizierte Risiken angepasst. Pilotprojekte werden systematisch umgesetzt, ausgeweitet oder angepasst, um die eigene Überlebensfähigkeit der Organisation im Einklang mit den Stakeholderinteressen zu steigern. Die finanziellen Interessen der Eigentümer*innen werden ohne zusätzliche Verbindlichkeiten erfüllt und gegebenenfalls nachrangig behandelt.

Bewertung: Stufe «Erfahren» 50%. (Erstbilanzierung 2021: 50%). Ausschüttungen von Gewinnen sind im Verein nach den Statuten nicht möglich. Einnahmen werden im Rahmen des Vereinszwecks verwendet. Für die Zukunft konnten weiterhin noch keine Reserven zwecks Risikovorsorge angedachter professioneller Strukturen aufgebaut werden.

B2.2 Negativaspekt: Ungerechte Mittelverteilung

Berichtsfragen
Welche sozialen Risiken bergen die Investitionen der Organisation, die nicht ausgeschlossen oder kompensiert werden können?

Als EConGOOD Switzerland bestätigen wir, dass die Verteilung von Geldmitteln fair erfolgt. Als Verein haben wir bislang keine Investitionen getätigt. Fest angestellte Mitarbeitende gibt es nicht; professionelle Leistungen in der Geschäftsstelle und in

Wie entwickelt die Organisation ihre Belegschaft in Zeiten des wirtschaftlichen Abschwungs und Aufschwungs?

Projekten werden nur erbracht, wenn die Finanzierung gesichert ist. Auszahlungen an Mitglieder des Vereins sind nicht erlaubt.

Wie hoch sind die ausgezahlten Dividenden an Eigentümer*innen, Aktionäre und Investoren (ohne Verbindlichkeiten mit Geschäftsbanken)?

Dividenden, Aktienausschüttungen, Eigentümerzahlungen

2024
0 CHF

2023
0 CHF

Dividenden, Aktienausschüttungen, Eigentümerzahlungen in % des ausgezahlten Aktienkapitals / Eigenkapitals

2024
0 %

2023
0 %

Veränderungen der Anzahl der Arbeitsplätze pro Standort im Berichtszeitraum ohne Stakeholder-Risikobewertung

2024	
Standort	Veränderungen der Anzahl der Arbeitsplätze
Geschäftsstelle - virtuelle Zusammenarbeit	0

Geplante Veränderungen der Anzahl Arbeitsplätze pro Standort in der Finanzplanung ohne Stakeholder-Risikobewertung

Selbsteinschätzung 0 Minuspunkte

- Nicht zutreffend
- Nicht zutreffend

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

B3.1 Soziale und ökologische Qualität der Investitionen

Berichtsfragen

Welche ökologischen und sozialen Kriterien werden bei Investitionsentscheidungen berücksichtigt?

Wie wird die Berücksichtigung ökologischer und sozialer Belange bei den Investitionsentscheidungen sichergestellt?

Welche Anlagen haben ein Potenzial für soziale und ökologische Verbesserungen?

Verfügt die Organisation über einen Investitionsplan, der zu einer Verbesserung ihrer allgemeinen sozialen und ökologischen Auswirkungen und des Fussabdrucks ihrer Produkte und Dienstleistungen führt?

Wie ist der Zeithorizont dieses Investitionsplans?

Berücksichtigt dieser Investitionsplan den Zeithorizont, der erforderlich ist, um die (globalen) gesellschaftlichen Herausforderungen und die Vereinbarungen auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene anzugehen, z. B. Pariser Abkommen zum CO₂-Ausstoss, SDGs, nationale Sektorenminderungsziele, Klimaaktionspläne der örtlichen Gemeinden?

Welche Mittel werden zur Umsetzung der Investitionsvorhaben benötigt und welche Förderprogramme können genutzt werden?

Welche Investitionen wurden im Berichtszeitraum konkret getätigt und werden im nächsten Zeitraum getätigt?

ECONGOOD Switzerland hat bisher keine Investitionen getätigt. Der Verein verfügt über kein eigenes Anlagevermögen.

Der Verein verfügt über keine eigenen Anlagen und hat demzufolge auch kein ökologisches Verbesserungspotenzial. Es sind auch keine Investitionsentscheidungen für die Zukunft geplant.

Investitionsplan inklusive sozialer und ökologischer Sanierungsbedarf

2024

Geplante Investition	Betrag (in CHF)
Es gibt keinen Investitionsplan und kein Anlagevermögen	0

Abschätzung der ökologischen und sozialen Auswirkungen der zukünftigen Investitionen und der damit erreichten Verbesserungen

2024

Es gibt keinen Investitionsplan und kein Anlagevermögen. Ökologische und soziale Auswirkungen sind somit nicht gegeben.

Stand der Umsetzung des Investitionsplans

2024

Es gibt keinen Investitionsplan und kein Anlagevermögen. Daher braucht hier nicht weiter berichtet zu werden.

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Bis zu 100% des aktualisierten Sanierungsbedarfs wurden realisiert. 100% der Neuinvestitionen führen zu einer deutlichen Verbesserung der sozial-ökologischen Auswirkungen und/oder des ökologischen Fussabdrucks der Produkte und Dienstleistungen der Organisation.

Bewertung: Stufe «**Vorbildlich**» 80%. (Erstbilanzierung 2021: 50%). Es gibt kein Anlagevermögen im Verein, für welches ein (ökologischer) Sanierungsbedarf und Erneuerungspotentiale in Betracht kommen könnte. Somit sind 100% des Sanierungsbedarfs (0 CHF) sowie der Neuinvestitionen (0 CHF) realisiert.

B3.2 Gemeinwohl-orientierte Finanzanlagen

Berichtsfragen

Inwieweit beteiligt sich die Organisation an der solidarischen Finanzierung sozialer und ökologischer Projekte?

Wie können die finanziellen Vermögenswerte der Organisation klassifiziert werden, z. B. konventionell, nachhaltig?

Nach welchen Kriterien entscheidet die Organisation über Investitionen in Finanzanlagen?

Welche Informationsquellen gibt es über die erwarteten sozial-ökologischen Auswirkungen der Projekte oder der Investitionsprojekte?

(Mit-)finanzierte soziale und ökologische Projekte

Sozial- und Umweltfonds

Gesamtbetrag der finanziellen Veranlagung

2024
0 CHF

2023
0 CHF

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Ausschliessliche Investition in ethisch nachhaltige oder sozial-ökologische Projekte oder Nachhaltigkeitsfonds mit klaren Ausschlusskriterien sowie spezifischen Positivkriterien, reduzierten Renditeerwartungen und der Wahrung Gemeinwohl-orientierter Grundsätze.

Bewertung: Stufe «**Vorbildlich**» 80%. (Erstbilanzierung 2021: 50%). Der Verein ist nicht an solidarischen Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte beteiligt. Der Verein verfolgt jedoch konkrete Projekte mit sozial-ökologischen Auswirkungen – beispielsweise das BNE-Portal bildung-fuer-morgen.ch, gemeinwohl-leben.ch, Gemeinwohl-Bilanzen für Unternehmen und Gemeinden und weitere. Dazu sucht der Verein jeweils finanzielle Unterstützung. Alle wichtigen Projekte des Vereins haben eine sozial-ökologische Ausrichtung und Wirkung.

B3.3 Negativaspekt: Abhängigkeit von sozial oder ökologisch bedenklichen Ressourcen

Berichtsfragen

Welche fragwürdigen Ressourcen werden bei den Aktivitäten der Organisation oder in ihrer Wertschöpfungskette eingesetzt?

Auf welchen dieser fragwürdigen Ressourcen basiert das Geschäftsmodell?

Welche Massnahmen zur Reduzierung dieser Abhängigkeit von fragwürdigen Ressourcen sind geplant bzw. werden umgesetzt und zu welchem Ergebnis werden sie führen?

Was bedeutet die Desinvestition aus fragwürdigen Ressourcen, beispielsweise fossilen Brennstoffen, für die Organisation?

ECONGOOD Switzerland bestätigt, dass das Vereinsstreben und seine Tätigkeiten nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbauen. Der grösste ökologische Fussabdruck wird durch An- und Abreisen zu Veranstaltungen durch die Aktiven und die Teilnehmenden erzeugt. Die Mitglieder des Vereins nutzen hierfür meist öffentliche Verkehrsmittel. Zum ökologischen Fussabdruck wird unter E3 berichtet.

Liste und Mengen fragwürdiger Ressourcen, die in der Geschäftstätigkeit der Organisation verwendet werden

Risiko, dass fragwürdige Ressourcen in der Wertschöpfungskette verwendet werden und eine Schätzung der Mengen

2024

Das Risiko, dass fragwürdige Ressourcen bei den Aktivitäten von ECONGOOD Switzerland verwendet werden, ist sehr gering. Die Mitglieder des Vereins beachten ökologische Kriterien in ihrem Handeln.

Selbsteinschätzung

0 Minuspunkte

Nicht zutreffend

B4 Eigentumsstruktur und Mitentscheidung

B4.1 Transparenz und Mitentscheidung

Berichtsfragen

Wie war unsere Ausgangssituation hinsichtlich Transparenz und Mitentscheidung zu Beginn dieses Berichtszeitraums?

Welche Entwicklungsschritte sind angedacht, geplant und werden umgesetzt?

Ist ein neues Entscheidungsgremium entstanden oder wurde ein bestehendes erweitert?

Welche Berührungsgruppen waren beteiligt?

zu spezifischen Themen regelmässig

zur Mitbestimmung der Strategie der Organisation

Gibt es Auswirkungen auf die Transparenz und Qualität der Entscheidungsfindung?

Gibt es Beispiele für erfolgreiche Eigentümer-Mitentscheidungen und deren Auswirkungen?

Transparenz und Mitentscheidung sind für ECONGOOD Switzerland elementar wichtig. Dieser Wert wird in der Praxis der Organisation gelebt.

Um hier noch besser zu werden, wurde im Jahr 2023 das Organisationsmodell «Soziokratie» bzw. soziokratische Kreisstruktur eingeführt und viele praktische Schulungen sind dazu erfolgt. Viele Mitglieder bzw. Aktive fühlen sich dadurch deutlich stärker in die Entscheidungsprozesse der Organisation eingebunden.

Der Vorstand ist weiterhin für strategische Fragestellungen zuständig. Daneben gibt es den «Allgemeinen Kreis» sowie die vier weiteren Kreise Regionalgruppen & Bewegung, Wirtschaftlicher Wandel, Bildung & Forschung sowie Gesellschaft & Politik. Die Geschäftsstelle unterstützt die Aktivitäten des Vorstands und der Kreise.



Die Transparenz und die Mitentscheidungsmöglichkeiten haben sich durch die Einführung der neuen Struktur deutlich für alle Aktiven und die Mitglieder erhöht. Die Protokolle der einzelnen Treffen - Mitgliederversammlung und Vorstand sowie die Kreise - sind auf der Data-Cloud hinterlegt und stehen allen Mitgliedern, die ein ECONGOOD Account haben, offen zur Verfügung.

Zudem wird jährlich ein ausführlicher Bericht über die Aktivitäten der Organisation erstellt und veröffentlicht. Die Jahresberichte sind unter diesem Link zu finden.

Art und Aufwand gemeinsamer Trainings

Es gibt diverse Training-Angebote für Mitglieder und Aktive - inklusive Webinaren und den Möglichkeiten über bildung-fuer-morgen.ch.

Für die soziokratische Kreisstruktur gab es pro Kreis zwei Schulungen durch Soziokratie-Expert*innen/Train*inner. Zudem begleiten diese Fachleute die fünf Kreise noch in der Moderation der nächsten Sitzungen (bis Ende 2025).

Der Zeitaufwand ist nicht abschätzbar. Er übersteigt aber 100 Stunden pro Jahr.

Sitzungsrhythmus

2024

Sitzungsrhythmus	Beschlussfassendes Gremium	Anlass
Quartalweise	alle fünf Kreise	Meeting - meist per Zoom
Jahr	Mitgliederversammlung	Jährliche Mitgliederversammlung
Monatlich	Regionalgruppen	Treffen und Events

Monatlich bis quartalsweise	Projektgruppen (Fundraising, Mitglieder-Kampagne, Unternehmen, ...)	Arbeitstreffen
-----------------------------	---	----------------

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Einführung der soziokratischen Kreisstruktur

Das soziokratische Kreisorganisationsmodell wurde im Berichtszeitraum 2023 angestossen und wird seit dem Jahr 2024 konsequent auf allen Ebenen umgesetzt.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Soziokratische Kreisstruktur

Das soziokratische Kreisorganisationsmodell braucht viel Übung und Praxis. Den Prozess gilt es in 2025 und in den Folgejahren noch effizienter und wirkungsvoller zu gestalten.

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Die Mitgliedschaft im Entscheidungsgremium wird im weitesten Sinne verstanden, also auch auf Vertretende anderer Stakeholdergruppen ausgedehnt, zumindest auf solche, die direkten Einfluss durch die Organisation spüren. Dies kann zu innovativen Formen der Führung führen.

Bewertung: Stufe «Vorbildlich» 90%. (Erstbilanzierung 2021: das Kriterium gab es damals noch nicht). Transparenz und Mitentscheidung wurden durch die Einführung der soziokratischen Kreisstruktur wesentlich erhöht und der Datenzugang zu Protokollen und anderen Unterlagen für alle Mitglieder mit ECONGOOD Account verbessert.

B4.2 Gemeinwohl-orientierte Eigentumsstruktur

Berichtsfragen

Welchen Einfluss hat die Rechtsform auf die Eigentümerstruktur?

Wer sind die Eigentümer*innen, welche Anteile besitzen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen haben sie?

Wie werden der Ausbau und die Verbreiterung der Eigentümerstruktur unterstützt?

Sind Risikobeschränkungen möglich, um den Mitarbeitenden die Beteiligung am Eigentum zu erleichtern?

Wie hat sich die Eigentümerstruktur in den letzten Jahren entwickelt?

Wie werden Änderungen hin zu geteiltem Eigentum in die Rechtsform der Organisation eingebunden?

Ein Verein als Rechtsform hat in der Schweiz keine Eigentümer*innen, sondern basiert auf Mitgliedern, der Mitgliederversammlung und den Entscheidungsgremien des Vereins, primär dem aktuell vier-köpfigen Vorstand sowie dem Allgemeinen Kreis.

Der Verein basiert auf seinen Mitgliedern. Diese sind jedoch keine Eigentümer*innen des Vereins. Ihre Rechte und Pflichten sind in den Statuten geregelt.

In den Statuten des Vereins ist unter anderem geregelt:

Mitglieder des Vereins können natürliche Personen und juristische Personen des privaten und des öffentlichen Rechts werden. Der Vorstand entscheidet über die Aufnahme der Mitglieder. Er kann die Aufnahme unter Angabe von Gründen ablehnen. Das Gesuch um Aufnahme kann jederzeit erfolgen. Die Mitgliedschaft beginnt mit der erstmaligen Bezahlung des Mitgliedsbeitrags für das laufende Vereinsjahr.

- Natürliche Personen: Das sind Mitglieder, welche die Ziele des Vereins unterstützen und bereit sind, die Erreichung des Vereinszwecks im Rahmen ihrer Möglichkeiten zu fördern, wie etwa durch ehrenamtliche Mitarbeit, oder durch finanzielle Unterstützung.
- Kollektivmitglieder: Das sind juristische Personen des privaten und öffentlichen Rechts, welche die Ziele des Vereins und dessen Aktivitäten unterstützen.

- Ehrenmitglieder: Die Mitgliederversammlung kann auf Vorschlag des Vorstandes Personen, die sich im Verein besonders verdient gemacht haben, zu Ehrenmitgliedern ernennen. Sie sind von der Beitragspflicht befreit und haben die gleichen Rechte wie Aktivmitglieder

Artikel 2: Zweck und Ziel

Der Zweck des Vereins ist eine Schweizer Wirtschaft, die nachhaltig dem Gemeinwohl der heutigen und kommenden Gesellschaft sowie der Natur dient. Dazu unterstützt der Verein eine ganzheitliche Transformation, die Wirtschaft, Gesellschaft und Politik nachhaltig voranbringt. Der Zweck des Vereins ist gemeinnützig und nicht auf Gewinn ausgerichtet. Er verfolgt keine eigenwirtschaftlichen Zwecke.

Der Verein fördert die Gemeinwohl-Ökonomie in der Schweiz, indem er informiert, sensibilisiert, initiiert und Transformationsprozesse begleitet. Damit unterstützt er die Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen und der Agenda 2030 vom Bund.

Geleitet von den Werten Menschenwürde, Solidarität, ökologische Nachhaltigkeit und Mitbestimmung schafft der Verein Raum für Debatten, entwickelt Angebote und stärkt Multiplikator*innen.

Er verankert die Gemeinwohl-Ökonomie in Bildung und Wissenschaft, unterstützt Unternehmen und Organisationen bei der Integration gemeinwohl-orientierter Werte und fördert die Schaffung von Anreizen und die Gestaltung politischer Rahmenbedingungen für eine gemeinwohl-orientierte Gesellschaft und Wirtschaft.

Die vom Verein entwickelten Konzepte und Produkte (Modelle, Vorlagen, Webinare, Handbücher, Bildungsformate etc.) sind kostenlos und frei zugänglich. Sie stehen unter der Creative Commons Lizenz und sind somit Gemeingut. Die Öffentlichkeit hat unentgeltliche Nutzungsrechte an den Produkten des Vereins.

Die Umsetzung konkreter Projekte und Vorhaben, die auf dem Konzept der Gemeinwohl-Ökonomie beruhen, ist Sache der fünf Kreise sowie der Projekt- und Regionalgruppen.

Die Mitgliederversammlung findet einmal im Jahr statt, meistens im März eines Jahres. Die Mitglieder sind aufgerufen, nicht nur ihren Mitgliedsbeitrag zu bezahlen, sondern den Verein auch durch aktive Mitwirkung zu unterstützen – beispielsweise durch Engagement in den fünf Kreisen sowie den Regional- und Projekt-Gruppen des Vereins. Zudem können sie sich für Funktionen im Vorstand und/oder in der Koordination der Kreise, Regional- und Projektgruppen bewerben.

Über Versammlungen werden generell Protokolle erstellt, die den Teilnehmenden und anderen Interessierten zur Verfügung gestellt werden. Der Verein setzt in der Entscheidungsfindung auf soziokratische Konsentbildung.

Verteilung des Eigenkapitals (Eigenkapitalstruktur)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Einführung der soziokratischen Kreisstruktur

Das soziokratische Kreisorganisationsmodell wurde im Berichtszeitraum 2023 angestossen und wird seit dem Jahr 2024 konsequent auf allen Ebenen umgesetzt.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Soziokratische Kreisstruktur

Das soziokratische Kreisorganisationsmodell braucht viel Übung und Praxis. Den Prozess gilt es in 2025 und in den Folgejahren noch effizienter und wirkungsvoller zu gestalten.

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Alle Eigentümer*innen sind Teil einer aktiven Berührungsgruppe, wobei die Mehrheit der Anteile und Stimmrechte bei den operativ tätigen Unternehmer*innen und Mitarbeitenden liegt. Gleichzeitig werden die Stimmrechte einzelner Personen und definierter Gruppen vertraglich beschränkt, um zu verhindern, dass diese allein das Unternehmen oder die Organisation kontrollieren können.

Bewertung: Stufe «Vorbildlich» **90%**. (Erstbilanzierung 2021: 90%). Es gibt keine Eigentümer*innen des Vereins. Die Aktiven und Mitglieder bestimmen und gestalten die Aktivitäten des Vereins. Durch die Einführung der soziokratischen Kreisstruktur wurden die Mitwirkungs- und Partizipations-Möglichkeiten für Mitglieder und Aktive noch einmal deutlich verbessert.

B4.3 Negativaspekt: Feindliche Übernahme

ECONGOOD Switzerland bestätigt, keine feindlichen Übernahmen getätigt zu haben. Der Verein ist auf Kooperation mit anderen Interessengruppen und Initiativen, die ähnliche Anliegen wie die Gemeinwohl-Ökonomie verfolgen, ausgerichtet. Die Gefahr einer Übernahme von ECONGOOD Switzerland durch Dritte besteht nicht. Fusionen mit anderen Organisationen sind nicht angedacht.

Berichtsfragen

Welche Gründe werden für eine Unternehmensübernahme angegeben (für Fusions- und Übernahmeaktivitäten in der Vergangenheit sowie für geplante Aktivitäten)?

Wie kann die Organisation oder das Unternehmen vor einer feindlichen Übernahme geschützt werden?

Wie wurde die Fusions- und Übernahmestrategie der Organisation mit Mitbestimmung und geteiltem Eigentum in Einklang gebracht?

Mitbestimmungsverfahren zu den Fusions- und Übernahmep länen

Dokumentation über geplante, vergangene und gegenwärtige Fusionen und Übernahmen der Organisation

Änderungen der Eigentumsstruktur innerhalb der letzten drei Jahre

Selbsteinschätzung

0 Minuspunkte

- Nicht zutreffend

Berühungsgruppe C

Mitarbeitende und Arbeitspartner*innen

Allgemeine Beschreibung der Berührungsgruppe

Bei uns erfüllen überwiegend Freiwillige unentgeltlich Aufgaben für die Organisation. In der Geschäftsstelle oder punktuell in Projekten sind externe Mitarbeitende als freiberuflich Tätige beschäftigt. Das heisst, wir kaufen zu einem kleinen Teil Dienstleistungen bzw. Arbeitszeit ein. Bei den Berichtsfragen im Bereich C beziehen wir uns auf die freiwilligen Mitgestalter*innen im Verein. All diese freiberuflich Tätigen sind Mitglied im Verein und leisten als Aktive zusätzlich auch ehrenamtliches Engagement für die Organisation.

Im Jahr 2024 engagierten sich rund 62 aktive Mitglieder und leisteten etwa 5'500 Stunden Freiwilligenarbeit. Eine Mitarbeiterin war mit einem Teilzeitpensum in einem Projekt des Bildungsbereichs tätig. Dafür wird im Berichtszeitraum 2024 eine Vergütung von 3'545 CHF (2023: 915 CHF) ausgewiesen.

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz und im Arbeitsumfeld

C1.1 Mitarbeitenden-orientierte Organisationskultur

Berichtsfragen

Welche Massnahmen und Prozesse gibt es bereits, um eine Unternehmenskultur zu schaffen, in der die Mitarbeitenden im Mittelpunkt stehen?

Wie wird mit Fehlern und Konflikten umgegangen? Gibt es hier Unterschiede zwischen verschiedenen Teilen der Organisation?

Wie werden Selbstorganisation und Autonomie der Mitarbeitenden gefördert?

Für uns bedeutet Menschenwürde, dass jeder Mensch gleich wertvoll, schützenswert und einzigartig ist – unabhängig von seiner Herkunft, seinem Alter, seinem Geschlecht, seiner Religion und anderen Merkmalen. Die Beachtung der Menschenwürde ist für ECOngOOD Switzerland ein zentrales Anliegen – sowohl bei den Aktiven und Mitgliedern als auch bei denjenigen, die mit Zeitpensen oder nach Aufwand vergütet werden.

ECOngOOD Switzerland beschäftigt bislang keine Mitarbeitenden. Es gab nur einen Fall mit einem Minipensum für ein Bildungsprojekt. Die Mitarbeit vieler Mitglieder basiert auf ehrenamtlichem Engagement, insbesondere des vier-köpfigen Vorstands, der Kreismitglieder in den vier Wirkungskreisen und der verantwortlichen Koordinator*innen der sechs aktiven Regionalgruppen Basel, Bern, Luzern, Romandie, Winterthur und Zürich.

Für professionelle Tätigkeiten im Aufgabenbereich der Geschäftsstelle (Geschäftsstellenleitung, Marketing, Buchhaltung/Finanzen, IT/Webseiten und Mitgliederbetreuung) sowie in den Projekten «Bildung», «FIT-Schweiz» und «Gemeinwohl Leben» werden den dafür tätigen Mitgliedern des Vereins Vergütungen gezahlt, sofern möglich und dafür Budgets abgestimmt und über das Fundraising abgesichert sind.

Im Verein gibt es eine Organisationskultur, die auf gegenseitigem Respekt, Wertschätzung, Kollegialität sowie integralen Denk- und Handlungsweisen basiert. Besonders wird auf die Einhaltung der Werte der Gemeinwohl-Ökonomie geachtet: Menschenwürde, Solidarität und Gerechtigkeit, ökologische Nachhaltigkeit sowie Transparenz und Mitentscheidung.

Die Beachtung und Weiterentwicklung dieser Organisationskultur wird bei Treffen und Events sowie in Vorstandssitzungen thematisiert. Seit den Corona-Beschränkungen 2020/21 findet dies auch sehr stark in virtuellen Sitzungen und Veranstaltungen statt.

Neben den bereits gelebten Werten von ECOngOOD wurde im Sommer 2024 das soziokratische Kreisorganisationsmodell eingeführt. Diese Struktur ist geprägt von noch mehr Transparenz und Mitbestimmung, angefangen bei der Besetzung von Rollen bis hin zu Entscheidungen. Entscheidungen werden nun im soziokratischen Konsent getroffen. Details siehe im Organisationsreglement.



Es gibt jährliche Veranstaltungen wie eine Wanderung oder das ECOngOOD-Wochenende, bei denen man sich persönlich kennenlernen und austauschen kann.

Die Organisation setzt auf Diversität und versucht, unterschiedliche Sichtweisen frühzeitig zu erkennen, um die Konzeptansätze der Gemeinwohl-Ökonomie weiterzuentwickeln. In den Kreisen können alle ihre Anliegen einbringen sei es als Information, für die Meinungsbildung oder als Beschluss (wenn es ein Grundsatzentscheid ist). Spannungen oder Unklarheiten werden in den relevanten Kreisen behandelt.

Umgang mit Fehlern und Konflikten: Fehler kommen vor, dafür wird man bei ECOngOOD Switzerland jedoch nicht kritisiert oder bestraft. Sie werden angesprochen und die Beteiligten versuchen, daraus zu lernen.

Wir pflegen einen wertschätzenden Umgang miteinander. Das ist auch so, wie es sich für überwiegend ehrenamtlich Tätige gehört. Wenn es zu Missverständnissen kommt, klären wir diese immer sofort in einem persönlichen Gespräch. In der Regel kommt es gar nicht erst soweit. Falls es doch einmal zu einem echten Konflikt kommt, können sich die Beteiligten an die internationale Konfliktstelle wenden.

Es gibt auch Bereiche, in denen der Vorstand einen Leitfaden entwickelt hat, um klarer zu definieren, wofür wir stehen und wo wir uns abgrenzen. Das vermeidet Rollen- und Interessenskonflikte.

In ihrer soziokratischen Struktur vertraut die Organisation auf Selbstorganisation und Eigenverantwortlichkeit. Im Verein wurden für die unterschiedlichen Zielgruppen und Ressorts Fokusgruppen (FG) gebildet. Ein Teil dieser Aufgaben wurde inzwischen durch die neu gebildeten Kreise übernommen. Innerhalb der Fokusgruppen und Kreise dürfen die Aktiven eigenverantwortlich arbeiten. Die Kreise, die Regionalgruppen (RG) und Fokusgruppen (FG) können ihre Projekte individuell nach ihren Vorlieben, Ressourcen und Expertisen umsetzen, solange sie der Vision dienen und ausreichende finanzielle Ressourcen über Budgets zur Verfügung gestellt werden.

Bei Fragen oder Unsicherheiten sind alle dazu angehalten, sich mit anderen aus der Organisation abzustimmen. Dies funktioniert bislang sehr gut – sowohl auf Vorstandsebene als auch in den Kreisen und Regionalgruppen.

Kann keine Lösung gefunden werden, steht die Kooperations- und Konfliktstelle des Internationalen Verbandes als externe Schlichtungsstelle zur Verfügung. Ihr Ziel ist es, Konflikte innerhalb des Vereins fair, transparent und einvernehmlich ohne gerichtliche Auseinandersetzung zu klären.

**Mitarbeiterwechsel-Rate
(Fluktuationsrate)**

Es gibt keine Mitarbeitenden. Eine Fluktuation ist aber auch bei den professionell tätigen (freiberuflich bezahlten) Aktiven nicht gegeben.

**Durchschnittliche Dauer der
Betriebszugehörigkeit**

Die professionell (freiberuflich) für die Organisation tätigen Aktiven sind fast alle seit über 5 Jahren für die Organisation tätig.

**Anzahl der Bewerbungen auf
Stellenausschreibungen**

Das wird in der Organisation nicht gemessen.

Anzahl der Initiativbewerbungen

Diese gibt es immer wieder. Darüber wird aber keine Statistik geführt.

**Anzahl von Befragungen zur
Arbeitsplatzzufriedenheit und /
oder zum Erleben der
Unternehmenskultur**

Offizielle Befragungen gibt es dafür nicht. In den Regionalgruppen wird aber mindestens einmal pro Jahr nachgefragt, wie die Organisationskultur erlebt wird.

Regelmässigkeit von Befragungen zur Arbeitsplatzzufriedenheit und / oder zum Erleben der Unternehmenskultur

2024
Unregelmässig
2023
Unregelmässig

Angebote von Entwicklungsmöglichkeiten (beruflich und persönlich), die den Mitarbeitenden angeboten und von ihnen genutzt werden, in Stunden pro Mitarbeitenden oder nach Führungsebene

Es gibt keine Mitarbeitenden. Viele der Aktiven nehmen an ausgeschriebenen Weiterbildungsangeboten und Webinaren zur Gemeinwohl-Ökonomie teil. Beispiele dafür sind die Lern-Plattform bildung-fuer-morgen.ch, die EConGOOD Academy mit vielen Online Kursen und die online Koordinator*innen Trainings. Bei letzterem haben im Berichtszeitraum 6 Personen aus der Schweiz teilgenommen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Einführung der soziokratischen Kreisstruktur

Das soziokratische Kreisorganisationsmodell wurde im Berichtszeitraum 2023 angestossen und wird seit dem Jahr 2024 konsequent auf allen Ebenen umgesetzt.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Soziokratische Kreisstruktur

Das soziokratische Kreisorganisationsmodell braucht viel Übung und Praxis. Den Prozess gilt es in 2025 und in den Folgejahren noch effizienter und wirkungsvoller zu gestalten.

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Es gibt innovative und/oder umfassende Praktiken, die eine an den Mitarbeitenden orientierte Organisationskultur unterstützen. Nachweislich ist diese Organisationskultur nachhaltig und die Auswirkungen sind bei den Mitarbeitenden spürbar.

Bewertung: Stufe «**Vorbildlich**» 80%. (Erstbilanzierung 2021: 70%). Intensive Auseinandersetzung für eine integrale Kultur im Umgang mit den ehrenamtlich Aktiven. Verbessert werden könnte noch das Thema Sichtbarkeit und Wertschätzung der vielen Tätigkeiten der ehrenamtlich Aktiven. Durch die Einführung der soziokratischen Kreisstruktur hat sich die Organisation besonderes im Thema Transparenz und Mitwirkung gegenüber des letzten Berichts verbessert.

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitssicherheit

Berichtsfragen

Welche Massnahmen wurden umgesetzt, um gesundheitsfördernde Verhaltensweisen am Arbeitsplatz zu unterstützen und den Arbeitsschutz zu erhöhen?

Wie werden die umgesetzten Massnahmen evaluiert?

Welche gesundheitlichen Probleme oder Verletzungen könnten bei Ihren Mitarbeitenden auftreten und welche Massnahmen gibt es, um sie zu schützen?

Wie werden Mitarbeitende mit Beeinträchtigungen, z. B. Menschen mit Behinderungen,

EConGOOD Switzerland beschäftigt keine Mitarbeitenden (bis auf die Ausnahme in C1.1. mit dem Minizeitvolumen). Ihre Wirkung und Leistungen erbringt der Verein durch ehrenamtlich tätige Mitglieder.

Regelungen zum Arbeitsschutz sind nicht relevant, da die Tätigkeit der ehrenamtlich Aktiven in Meetings und Treffen sowie jeweils vom Homeoffice-Arbeitsplatz erbracht werden. Die Themen persönliche Gesundheit und Gesundheitsprävention werden aktiv angesprochen, da es in den Kriterien der Gemeinwohl-Bilanz behandelt ist (beispielsweise gesunde Ernährung). Es gibt auch eigene Angebote von Projekten wie « Plastikfasten» bei dem es um Mikroplastik in Lebensmitteln geht. Ausserdem achten wir bei eigenen Veranstaltungen bei der Verpflegung auf vegetarisches Essen in Bio-Qualität.

ermächtigt, begleitet und inkludiert?

Das grösste Risiko für gesundheitliche Schädigungen besteht wohl darin, dass sich die Aktiven durch ihr ehrenamtliches Engagement zeitlich und mental überfordern und somit die gebotene Work-Life-Balance nicht einhalten. Um diesem Ungleichgewicht entgegenzuwirken, wird auf die Eigenverantwortlichkeit der Einzelnen hingewiesen, und bei erkannter Überlastung oder Überforderung werden Hilfestellungen angeboten. Menschen mit Behinderung können sich in der Organisation engagieren. Wir haben punktuell eine Person, die uns im digitalen Bereich unterstützt.

Durchschnittliche Krankheitsquote pro Jahr

Es gibt keine Mitarbeitenden. Krankheiten werden nicht gemeldet und nicht erfasst.

Anteil der Langzeitkrankenstände an der durchschnittlichen Jahreskrankenquote

Langzeiterkrankungen sind uns nicht bekannt.

Geschätztes Ausmass, wie oft Mitarbeitende trotz Krankheit zur Arbeit kommen

Es gibt keine Mitarbeitenden. Es gibt auch keine Erhebungen, inwieweit ehrenamtlich Aktive und/oder vergütete Aktive trotz Krankheit ihren Aufgaben nachkommen.

Anzahl und Schwere der Arbeitsunfälle

Es gab im Berichtszeitraum 2023/24 sowie auch vor- und nachher keine Arbeitsunfälle.

Akzeptanz von Gesundheitsangeboten und Gesundheitstrainings durch Mitarbeitende

2024

Das Thema Gesundheit ist für alle Aktiven sehr relevant und alle achten in ihrem persönlichen Lebensbereich darauf. Die Organisation offeriert keine besonderen Gesundheitsangebote - ausser Yoga und Meditation beim ECONGOOD-Wochenende.

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Es gibt innovative Lösungen zur Förderung und Verbesserung der betrieblichen Gesundheit und des Arbeitsschutzes, die nachweislich Wirkung zeigen.

Bewertung: Stufe «Vorbildlich» 70% (Erstbilanzierung 2021: 70%). Selbstinitiative und Eigenverantwortlichkeit sind stark ausgeprägt bei den ehrenamtlich Aktiven – speziell im Vorstand, in den Kreisen und bei den Koordinator*innen. Sie sind kompetent in den Themen Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz und leben dieses in der Organisation, im Beruf sowie auch privat.

C1.3 Diversität und Chancengleichheit

Berichtsfragen
Welche Rolle spielt Diversität bei der Rekrutierung und Behandlung von Mitarbeitenden?

Auch wenn der Verein keine Mitarbeitenden hat (Ausnahme siehe C1.1), ist dieser Grundsatz für alle Aktiven sehr wichtig und wird beachtet. Mitglied werden und sich in der Organisation engagieren kann jede Person, die sich anmeldet und glaubwürdig versichert, die Ziele und Werte von ECONGOOD Switzerland fördern zu wollen.

Welche Vereinbarungen oder Verfahren gibt es diesbezüglich bereits?

Die Organisationskultur basiert auf gegenseitigem Respekt und Wertschätzung. Jedes Mitglied soll die Möglichkeit haben, sich mit seinen Interessen und Projekten einzubringen, sofern dadurch die Ziele und Werte von ECONGOOD Switzerland aktiv gefördert werden.

In welchen Bereichen könnten sich (potenzielle) Mitarbeitende benachteiligt fühlen und was wird dagegen getan?

Welche Massnahmen wurden bereits ergriffen, um (hierarchische) Unterschiede

auszugleichen und besondere Begabungen zu fördern?

Bislang wurden keine Vereinbarungen und Verfahren zur Sicherstellung der Diversität getroffen.

Wo es möglich ist, wird darauf geachtet, dass Chancengleichheit gewährleistet ist und der Männer-Frauen-Anteil ausgeglichen ist. Alle können sich freiwillig überall engagieren. Die Rollen werden in jährlichen oder zweijährlichen Abständen gewählt.

Die internationale Organisation bietet über ihren Dachverband spezielle Schulungen an, insbesondere im deutschsprachigen Raum. Ziel ist es, dass aktive Mitglieder fachkompetent in den Akteur*innen-Kreisen mitwirken können, beispielsweise als Referent*innen oder Berater*innen.

Bei Besprechungen und Veranstaltungen werden mögliche Widerstände der Teilnehmenden erfragt. Mithilfe des systemischen Konsensierens wird versucht, diese Widerstände aufzulösen bzw. abzumildern.

Seit der Einführung der Kreissstruktur werden die soziokratischen Prinzipien gelebt. Die Kreise arbeiten in sich selbstständig und sind miteinander verbunden. Der Vorstand versucht, wichtige Leitlinien zu entwickeln, und steht für Anregungen aus dem Kreis der Mitglieder offen.

Mit der Einführung der sozioraktischen Kreisstruktur wurden mögliche (hierarchische) Unterschiede abgebaut.

Statistische Verteilung der Mitarbeitenden in der gesamten Organisation und auf allen Managementebenen im Hinblick auf Vielfalt

2024

Es gibt keine Mitarbeitenden. Eine statistische Erhebung der Aktiven im Hinblick auf Vielfalt wurde bislang nicht erstellt. Die Organisation nimmt eine grosse Vielfalt wahr.

Inhalte und Stundenanzahl pro Mitarbeitenden für Gesundheits- und Diversitäts-Angebote

Das wird nicht erfasst.

Statistische Mitarbeitervielfalt der Organisation im Verhältnis zur Demografie in der Region

2024

Das wird nicht erfasst. De facto braucht die Organisation deutlich mehr junge Menschen, die sich für die Gemeinwohl-Ökonomie engagieren.

Durchschnittliche Elternzeit von Müttern

Wird nicht erfasst, da es keine Mitarbeitenden gibt.

Durchschnittliche Elternzeit von Vätern

Wird nicht erfasst, da es keine Mitarbeitenden gibt.

Analyse der Neueinstellungen und Fluktuationszahlen für jede Diversitäts-Gruppe

2024

Es gibt keine Mitarbeitenden. Eine Erfassung auf Ebene der Aktiven erfolgt aus Ressourcengründen nicht.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Einführung der soziokratischen Kreisstruktur

Das soziokratische Kreisorganisationsmodell wurde im Berichtszeitraum 2023 angestossen und wird seit dem Jahr 2024 konsequent auf allen Ebenen umgesetzt.

Vorstandsbesetzung

Bei der Mitgliederversammlung 2024 wurden je 3 Frauen und 3 Männer für den Vorstand zur Wahl vorgeschlagen, die auch gewählt wurden. Bei der Wahl 2025 wurden zwei Männer und zwei Frauen in den Vorstand gewählt.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Soziokratische Kreisstruktur

Das soziokratische Kreisorganisationsmodell braucht viel Übung und Praxis. Den Prozess gilt es in 2025 und in den Folgejahren noch effizienter und wirkungsvoller zu gestalten.

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Es gibt innovative Lösungen zur Förderung und Verbesserung des Bewusstseins für Vielfalt und Chancengleichheit, die nachweislich wirksam sind. Die Diversitäts-Strategie der Organisation wirkt sich nicht nur auf die Mitarbeitenden aus, sondern fördert auch Vielfalt, Inklusion und Chancengleichheit über die Organisation hinaus.

Bewertung: Stufe «**Vorbildlich**» 70% (Erstbilanzierung 2021: 60%). Diversität, Chancengleichheit, gegenseitige Unterstützung und Wertschätzung werden in der Organisation gelebt. Auf der Ebene Vorstand, Kreise und Koordinator*innen wird dieses auch bewusst thematisiert. Die Einführung der soziokratischen Kreisstruktur hat uns in diesem Thema gestärkt.

C1.4 Negativaspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Berichtsfragen

In welchen Bereichen herrschen (potenziell) mangelhafte oder menschenunwürdige Arbeitsbedingungen, die noch nicht dem gewünschten Standard entsprechen?

Welche Rückmeldungen gibt es von den Beschäftigten, ihren Vertretungen oder der Personalabteilung?

Wie wird mögliches Fehlverhalten der Organisation innerhalb der Organisation gemeldet?

Stellungnahme der Personalvertretung bzw. der Personalabteilung zu den oben genannten Punkten

ECONGOOD Switzerland bestätigt, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte vorhanden sind, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen.

Negative Rückmeldungen von Aktiven gibt es nicht. Mögliches Fehlverhalten oder Missstände können beim Geschäftsstellenleiter, in den Kreisen oder in den Regional- und Fokusgruppen angesprochen werden.

2024

Im Verein gibt es weder eine Personalvertretung noch eine Personalabteilung. Ansprechpartner*innen sind der Geschäftsstellenleiter bzw. die verantwortliche Person für die Mitgliederbetreuung.

Rechtsstreitigkeiten und / oder Gerichtsverfahren im Zusammenhang mit der Verletzung von arbeitsrechtlichen Vorschriften, Zivilgesetzen oder Gesetzen zur Inklusion und Chancengleichheit aller Personen der Organisation im Berichtszeitraum

2024

Es gab noch nie solche Rechtsstreitigkeiten.

Anzahl und / oder Einzelheiten der im Berichtszeitraum von Personalvertretung oder der Gewerkschaft eingereichten Beschwerden sowie die Reaktion der Organisation und letzte Lösung von Konflikten

2024

Solche Beschwerden wurden bislang nicht erhoben.

Selbsteinschätzung 0 Minuspunkte

- Nicht zutreffend

C2 Gestaltung fairer und gerechter Arbeitsvereinbarungen

C2.1 Vergütungsstruktur

Berichtsfragen

Wie wird die Arbeit vergütet und wie transparent sind die Rahmenbedingungen?

Wie stellt die Organisation sicher, dass alle Mitarbeitenden ein auskömmliches Einkommen («lebenswürdiger Verdienst») haben, also einen zumindest existenzsichernden Lohn, der die regionalen Lebenshaltungskosten berücksichtigt?

Welche Möglichkeiten zur Selbstbestimmung des Verdienstes bestehen in der Organisation?

Wie unter C1 bereits dargestellt, gibt es bei EConGOOD Switzerland grundsätzlich keine festangestellten Mitarbeitenden. Es gab jedoch eine gut begründete Ausnahme: Diese Anstellung in einem 10-Prozent-Pensum für das Bildungsprojekt war nur von kurzer Dauer.

Wir haben zum einen die freiwilligen Aktiven, die ehrenamtliche Stunden leisten. Das waren 2024 rund 5'560 Stunden, das sind rund 700 Arbeitstage und entspricht 2,5 Vollzeitstellen. Von diesem ehrenamtlichen Einsatz lebt die Organisation und sie werden durch mündliche und schriftliche Danksagungen sehr wertgeschätzt. Zusätzlich wird diese Dankbarkeit durch diverse Feiern zum Ausdruck gebracht. Bei einer zehnjährigen Mitgliedschaft gibt es eine Dankeskarte und einen Einkaufsgutschein.

Für die bezahlten Rollen in der Geschäftsstelle und den Projekten gibt es ganz klare Regelungen. Siehe Dokument: datacloud.ecogood.org/s/YZFyCQRbyYKr5bY. Das Dokument sowie die Honorarverträge der Expert*innen, die für die Geschäftsstelle arbeiten, sind für alle Mitglieder mit einem EConGOOD-Account auf der gemeinsamen Datenablage einsehbar.

Wir arbeiten primär mit Selbständigen zusammen, die auch andere Mandate und Einnahmequellen haben. Der Stundensatz liegt je nach Rolle, Projekt und Vereinbarung zwischen 50 CHF und 100 CHF. Aufgrund der begrenzten Mittel konnten die Honorare bisher nur selten erhöht werden. Wir arbeiten eng mit den Stiftungen zusammen, die die Geschäftsstelle unterstützen, um langfristig höhere und gesicherte Honorare zahlen zu können. Wir behalten die Stundensätze im Auge und passen sie bei Bedarf und im Rahmen unserer Möglichkeiten an Inflation, Markt und andere Einflüsse an. Jeder*m steht es frei, aus eigenem Antrieb die Stundensätze und Arbeitspensen neu zu verhandeln.

Wenig selbstständig erwerbstätige Aktive der Organisation sind als Gemeinwohl-Berater*innen und Referent*innen unterwegs. Die dafür von Unternehmen und Veranstaltungsausrichtern erhaltenen Vergütungen legen sie gegenüber der Organisation offen. 10 % ihrer Einkünfte gehen an die internationale Organisation, beispielsweise für Entwicklungsaufwand (jährliche Abrechnung). Bislang kann keiner der Aktiven seinen Lebensunterhalt allein aus diesen Einkünften bestreiten. Sie haben in der Regel eine anderweitige Haupttätigkeit oder beziehen bereits eine Altersrente. Ein angemessenes Einkommen oder ein Mindesteinkommen von 4'500 CHF pro Monat kann durch die Tätigkeit für die Organisation noch nicht erreicht werden. Alle Aktiven der Organisation entscheiden eigenverantwortlich, wie viel und wofür sie ihren Zeiteinsatz für dieses Engagement aufbringen können und wollen.

Maximalverdienst

Die Vergütungen erfolgen auf Leistungsbasis und variieren je nach Monat. Die Höhe der Vergütung variiert zwischen 50 CHF (Basis) bis zu 100 CHF. Parallel werden von den Leistungsempfänger*innen aber auch unbezahlte Stunden ehrenamtlich geleistet.

Minimalverdienst

Verteilung innerhalb der Organisation (Minimal- zu Maximalverdienst)

2024
1:2
2023

1:2

Der Faktor ist in der Praxis geringer als 1:2, da zusätzlich auch ehrenamtliche, d.h. unbezahlte Stunden geleistet werden.

Standortabhängiger lebenswürdiger Verdienst für alle Standorte, an denen die Organisation tätig ist

Frü die Schweiz wird ein Mindestlohn von 4'000 bis 4'500 CHF gezahlt. Ein lebenswürdiger Verdienst ist mit 1'000 CHF zusätzlich für die Schweiz anzusetzen. Ein/e Geschäftsleiter*in mit akademischem Abschluss und Praxiserfahrung sollte mindestens 9'000 CHF pro Monat verdienen (100% Allokation).

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Vergütungen für professionelle Leistungen in den Bereichen Geschäftsstelle und Projekte

Die Vergütungen für die erbrachten professionellen Leistungen konnten im Berichtszeitraum 2023/24 signifikant gesteigert werden. Dies konnte durch die Förderung von vier Stiftungen sichergestellt werden.

Vergütung professionelle Leistungen vs. ehrenamtliche Tätigkeit

Bei diversen Sitzungen und an den ECONGOOD-Wochenenden 2023 bis 2025 wurde über das Thema Ehrenamt vs. bezahlte Stellen diskutiert und eine Richtlinie entworfen, die das alles transparent beschreibt. Mit der Einführung der Soziokratie als Organisationsform wurde das Thema erneut durchleuchtet und wo nötig angepasst bzw. ergänzt.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Fundraising

Zur weiteren Finanzierung der Aktivitäten in der Geschäftsstelle wird angestrebt, dass die fph-Stiftung ihre Förderung auch im Jahr 2026 und darüber hinaus (2027-2030) fortsetzen wird.

Fundraising und Crowdfunding

Die Organisation braucht deutlich mehr finanzielle Unterstützung für die Leistungen der Geschäftsstelle und die Angebotsausweitung im Bereich Bildung. Über Stiftungen allein wird das voraussichtlich nicht erreichbar sein. Crowdfunding könnte eine Option sein.

Selbsteinschätzung



Fortgeschritten

Massnahmen wurden ergriffen, um eine lebenswürdige Vergütung zu gewährleisten, die an die regionalen Lebenshaltungskosten und andere individuelle Merkmale der Mitarbeitenden angepasst ist. Die Vergütungssysteme sind transparent. Daten zur Gehaltsverteilung werden gesammelt und überwacht.

Bewertung: Stufe «**Fortgeschritten**» 30% (Erstbilanzierung 2021: 20%). Auch im Bereich ehrenamtlich Aktiver sollte es möglich sein, angemessene Aufwandsentschädigungen zu zahlen. Dafür hat ECONGOOD Switzerland bislang aber nicht die Finanzkraft. Die Teilzeit-Pensen für professionelle Tätigkeiten im Bereich der Geschäftsstelle und in den Projekten – werden wie bei NGOs üblich – liegen leicht unter den Marktpreisen vergleichbarer Stellen. Die Spreizung der Aufwandsentschädigungen/Vergütungen pro Stunde liegt bei 1:1.5 oder max. 1:2.

C2.2 Arbeitszeitgestaltung

Berichtsfragen

Wie werden die Arbeitszeiten in der Organisation dokumentiert und wie wird die Arbeitslast verteilt?

Werden die Produkte bzw. Dienstleistungen der Organisation innerhalb der regulären Arbeitszeiten hergestellt oder sind zur Durchführung der ordentlichen Geschäftstätigkeiten regelhaft Überstunden erforderlich?

Wie ermöglicht und vereinfacht die Organisation den Mitarbeitenden die gesellschaftliche Teilhabe?

Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen?

Eine Erfassung der Arbeitsstunden erfolgt bislang nicht. Einige ehrenamtlich Tätige erfassen für sich ihre Zeitstunden. Die Arbeitslasten für die ehrenamtlich Aktiven werden nach Aufgabenzuordnung und im Rahmen von Besprechungen (Vorstandssitzung, Kreis-Treffen, Regionalgruppen-Treffen und Arbeitstreffen bzw. Zoom-Meetings von Arbeitsgruppen) besprochen und einvernehmlich verteilt.

Die Arbeitszeiten im Verein sind für die freiberuflich tätigen Aktiven maximal flexibel und können frei eingeteilt werden. Lediglich zu Sitzungen, die maximal wöchentlich stattfinden und 1 bis 3 Stunden dauern, gibt es feste Zeiten. Ehrenamtlich Arbeitende steuern ihre Arbeitszeit individuell und wenn sie einen Engpass haben, dann werden die Aufgaben anders verteilt, oder die Deadline wird grosszügig nach hinten verschoben, so dass niemand überfordert wird. Wir legen grossen Wert darauf, dass es keine Überforderungen von einzelnen Aktiven gibt.

Alle Aktiven und Mitgliedern steht es frei auch für andere Organisationen im eigenen Ermessen zu arbeiten.

Überstunden entstehen keine, da es keine festen Arbeitszeiten gibt. Alle ehrenamtlich Tätigen wissen, dass es gemäss dem Gedankengut der Organisation die Beachtung der Work-Life-Balance wichtig ist. Das wird in den Gremien/Treffen auch öfters angesprochen. Alle ehrenamtlich Tätigen sind für sich selbst verantwortlich, dass solche Grundsätze eingehalten werden.

Alle ehrenamtlich Tätigen praktizieren durch ihr Engagement für die Organisation «gesellschaftliche Teilhabe».

Organisationsweit festgelegte wöchentliche Arbeitszeit

2024

40 Stunden

2023

40 Stunden

In der Schweiz gilt noch die 42 Stunden-Woche.

Tatsächlich geleistete Überstunden

2024

0 Stunden

2023

0 Stunden

Überstunden entstehen keine, da es keine festen Arbeitszeiten gibt.

Arbeitszeitgestaltungsmodelle

2024

Es gibt keine Kernarbeitszeiten. Alle Aktiven legen für sich selbst fest, wann, wo und wie sie ihre Aufgabenstellungen wahrnehmen. Alle Aktiven arbeiten vom Homeoffice aus. Auszeiten können sich alle nehmen; es ist nur wichtig, dieses mit den Kreisen und Projektmitgliedern abzusprechen.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Zusatzaufwand durch die soziokratische Kreisstruktur

Mit der neuen soziokratischen Struktur werden wir sorgfältig darauf achten, dass niemand durch seine Arbeitslast überfordert wird. Einige der neuen Aktiven haben die Rollen der Kreisleitung und Delegierte übernommen. Da jede Rolle zeitlich begrenzt ist, rotieren Arbeitslast und Verantwortung.

Selbsteinschätzung

**Erfahren**

Die regulären wöchentlichen Arbeitszeiten in der Organisation liegen mindestens 20 % unter der gesetzlich möglichen maximalen wöchentlichen Arbeitszeit. Die regulären wöchentlichen Arbeitszeiten sind angemessen, um sowohl den sozialen Bedürfnissen der Mitarbeitenden als auch den Geschäftszielen der Organisation gerecht zu werden. Die regulären wöchentlichen Arbeitszeiten werden durch Mitentscheidungsprozesse definiert. Überstunden sind in den meisten Organisationseinheiten die Ausnahme. Für die meisten Rollen und Teams werden Arbeitszeitmodelle mit einem hohen Mass an selbstbestimmter Arbeitsgestaltung umgesetzt.

Bewertung: Stufe «**Erfahren**» 50% (Erstbilanzierung 2021: 50%). Bislang gibt es keine Arbeitsverträge. Professionelle Leistungen für die Geschäftsstelle und in Projekten werden auf freiberuflicher Basis erbracht und vergütet. Die Aktiven können für sich selbstbestimmt festlegen, wie viele Stunden sie schaffen wollen. Die Organisation wertet bislang nicht aus, welcher Zeitaufwand von den Aktiven für welche Tätigkeiten aufgebracht wird.

C2.3 Arbeitsmodelle**Berichtsfragen**

Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?

Wie können Arbeitnehmende ihren Arbeitsvertrag ändern, um ihre Arbeit an ihre private Situation anzupassen?

Welche Verfahren und Massnahmen gibt es in der Organisation, um sicherzustellen, dass die Mitarbeitenden sowohl ihren beruflichen Verpflichtungen als auch ihren ausserberuflichen Aufgaben nachkommen können?

Auflistung aller von der Organisation angebotenen Arbeitsmodelle und der Einordnung der Rollen für diese Arbeitsmodelle

Anzahl der Mitarbeitenden auf jeder Funktionsebene mit individuellen Arbeitsmodellen

Selbsteinschätzung

**Erfahren**

Arbeitsmodelle werden an die individuelle Lebenssituation angepasst. Individuelle vertragliche Arbeitsmodelle werden auch von Führungskräften genutzt. Mitarbeitende

haben die Möglichkeit, im Rahmen ihrer Arbeitsmodelle ihre Arbeit und das soziale Umfeld in Einklang zu bringen und sich persönlich in allen Kontexten einzubringen.

Bewertung: Stufe «Erfahren» 50% (Erstbilanzierung 2021: 50%). An die individuelle Lebenssituation angepasste Arbeitsverhältnisse werden von dem Verein akzeptiert und gefördert. Auch bei den ehrenamtlich Aktiven wird darauf geachtet, dass die Work-Life-Balance angesprochen und beachtet wird.

C2.4 Negativaspekt: Ungerechte Arbeitsvereinbarungen

Berichtsfragen

Wird allen Mitarbeitenden eine lebenswürdige Vergütung angeboten und wenn nicht, was sind die Gründe dafür?

Welche Rolle spielt die für die Arbeit «investierte» Lebenszeit für den beruflichen Aufstieg oder die Beurteilung des Engagements von Mitarbeitenden?

Welches Gehalt wird für Hilfskräfte und Mitarbeitende in der Ausbildung (z. B. Schüler*innen, Azubis, Praktikant*innen, Werkstudent*innen) geboten und ist es gerecht?

Welche Risiken oder Nachteile, etwa bei der sozialen Absicherung, der Gesundheit, der Betreuung von Angehörigen, gehen für zeitlich befristet Beschäftigte (z. B. als Saisonkräfte) mit einer Anstellung einher und durch welche Konditionen können die Risiken ausgeglichen werden?

Wie stellt die Organisation bei befristet angestellten Mitarbeitenden sicher, dass deren Interessen berücksichtigt werden?

Gab es im Berichtszeitraum trotz eines positiven Betriebsergebnisses einen Stellenabbau?

Gewinn 2024
701 CHF
2023
11'136 CHF

Höchstverdienst

Mindestverdienst

«Lebenswürdiger Verdienst» je nach Standort

Anzahl aller Beschäftigten (inkl. Zeitarbeitenden und Leiharbeiter*innen)

Anzahl der Mitarbeitenden 2024
0

2023

0

Anzahl Pauschalverträge

Anzahl der Null-Stunden-
Verträge

Anzahl der Zeitarbeitenden und
Leiharbeiter*innen

Mindestvertragsdauer von
Zeitarbeitenden und
Leiharbeiter*innen

Höchstvertragsdauer von
Zeitarbeitenden und
Leiharbeiter*innen

Anteil befristeter
Arbeitsverträge

Dauer befristeter
Arbeitsverträge

Wiedereinstellungspraxis bei
befristeten Arbeitsverträgen
(Kettenverträge mit
Befristungen)

Selbsteinschätzung **0 Minuspunkte**

- Nicht zutreffend

C3 Umweltfreundliches Verhalten der Mitarbeitenden

C3.1 Verpflegung während der Arbeitszeit

Berichtsfragen

Welchen Wert legt die Organisation auf die Herkunft der am Arbeitsplatz angebotenen Lebensmittel (regional bzw. bio) und wie spiegelt sich dies in der Praxis wider?

Welche Angebote gibt es in der Mensa oder Kantine? Gibt es eine Küche mit Kochgelegenheit oder wird Essen fertig angeboten (z. B. nachhaltiger Catering-Lieferservice, Obstkorb direkt vom Bauernhof)?

Wird mit lokalen Restaurants oder Lieferdiensten zusammengearbeitet, z. B. durch Essensgutscheine, die biologische, nachhaltige, Fair-Trade- oder andere umweltfreundliche Lebensmittel und Gerichte anbieten?

Anteil der Verpflegung aus biologischem Anbau und / oder mit Nachhaltigkeits-Siegel

2024
90 %

2023
90 %

Verbesserungspotenziale/Ziele

Ökologische und gesunde Ernährung

Wir werden weiterhin darauf achten, dass eine gesunde und ökologische Ernährung gewährleistet wird.

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Zu allen Mahlzeiten werden fleischlose Alternativen angeboten, weniger als 25 % aller Mahlzeiten enthalten Fleisch. Die Lebensmittel sind überwiegend regional, saisonal, biozertifiziert und wenn möglich aus solidarischer Landwirtschaft. Das gesamte Fleisch stammt von regionalen Erzeugern aus umweltschonender Produktion.

Bewertung: Stufe «**Vorbildlich**» 80% (Erstbilanzierung 2021: 80%). Auch wenn es keine Mitarbeitenden gibt, so ist bei den Aktiven festzustellen, dass die Ernährung überwiegend fleischlos ist - Schätzung (> 85%). Bei Lebensmitteln wird Wert auf lokal, saisonal, biologisch zertifiziert gelegt – evtl. auch solidarische Landwirtschaft. Wenn Fleisch, dann wird darauf geachtet, ob es hochwertig ist und aus lokaler Weidehaltung stammt.

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

Berichtsfragen

Welche Verkehrsmittel nutzen unsere Mitarbeitenden für den Arbeitsweg?

Welche Möglichkeiten gibt es für Arbeitnehmende, ihren Arbeitsweg umweltfreundlicher zu gestalten?

Welche Anreize bietet die Organisation, um umweltfreundliche Verkehrsmittel zu fördern?

Wie werden Mitarbeitende dazu befähigt und motiviert, unnötige Reisen zu vermeiden (z. B. durch Homeoffice- oder Remote-Meeting-Richtlinien, vgl. Thema C2)?

Feste Arbeitsplätze oder eine physische Geschäftsstelle gibt es bei EConGOOD Switzerland nicht.

Thematisiert wird, wie die Ehrenamtlichen zu Meetings und Veranstaltungen reisen. Allen Aktiven ist bewusst, wie wichtig eine möglichst umweltfreundliche Mobilität ist. Deshalb wird nur in Ausnahmefällen ein mit fossilen Brennstoffen betriebenes Fahrzeug genutzt – ansonsten werden öffentliche Verkehrsmittel oder das Fahrrad genutzt. Die Aktiven erledigen 95 % ihrer Einsätze für die Organisation von zu Hause aus. Dadurch entsteht kein Weg zur Arbeit.

Bei Veranstaltungen oder physischen Sitzungen nutzen die meisten Aktiven die öffentlichen Verkehrsmittel. Ausnahmen gibt es natürlich, wenn jemand viel Gepäck (Aufsteller, Broschüren etc.) transportieren muss oder es ganz ungünstige Busverbindungen gibt. Bei Dienstreisen erstattet EConGOOD Switzerland die Zug- bzw. Bustickets der zweiten Klasse; bei Fahrten mit dem Auto muss dies begründet werden. Darüber hinaus gibt es keine zusätzlichen Anreize für ein umweltbewusstes Mobilitätsverhalten. Die meisten Aktiven, die Autos nutzen, sind inzwischen auf E-Mobilität umgestiegen und achten auf die Verwendung von grünem Strom.

Anteil der Mitarbeitenden, die mit dem Auto, mit öffentlichen Verkehrsmitteln, mit dem Fahrrad oder zu Fuss zur Arbeitsstelle reisen

2024

Verkehrsmittel	Anteil (in %)
Zu Fuss	2
Rad	8
PKW	10
Öffentliche Verkehrsmittel	80
Summe	

Es gibt keine Arbeitsstelle (Homeoffice). Die Angaben beziehen sich auf An- und Abfahrten zu physischen Veranstaltungen.

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Dank einer betriebsinternen Anreizpolitik nutzen nahezu alle Mitarbeitenden öffentliche Verkehrsmittel, Fahrräder, Car-Sharing oder die Möglichkeit, von zu Hause aus zu arbeiten. Die Organisation kommuniziert ihre Strategien und teilt Erfahrungen zur Umstellung auf nachhaltige Mobilität mit anderen Organisationen.

Bewertung: Stufe «**Vorbildlich**» 80% (Erstbilanzierung 2021: 80%). Seit Corona haben sich Zoom-Formate für Meetings und Veranstaltungen durchgesetzt. EConGOOD Switzerland gibt zwar keine Anreize für die Aktiven, wie sie sich im Thema Mobilität verhalten sollen. Alle Aktiven setzen in der täglichen Praxis aber die Werte der Gemeinwohl-Ökonomie bestmöglich um, und dazu gehört auch die Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln, Carsharing und dem Rad.

C3.3 Umweltbewusste Organisationskultur

Berichtsfragen

Wie würden Sie Ihre Organisationskultur im Hinblick auf Umweltaspekte beschreiben?

Welche Rolle spielen ökologische Themen bei Weiterbildungsangeboten und Personalrekrutierung?

Welche Sensibilisierungsmassnahmen finden in diesem Rahmen statt?

Welche Strategie verfolgt die Organisation hinsichtlich des ökologischen Verhaltens ihrer Mitarbeitenden (auch zur Anwendung im Privatbereich)?

Die Organisationskultur von ECOngOOD Switzerland ist in Bezug auf ökologische Aspekte sehr ausgeprägt. Sie wird von den Aktiven der Organisation auch in der täglichen Praxis gelebt – sogar in ihrem privaten Umfeld. Weiterbildungsangebote zu diesem Thema sind beispielsweise die Kursformate «Enkel*innentauglich leben» und «Klimafreundlich leben» (gemeinwohl-leben.ch)

Die ökologischen Aspekte und wie man durch das eigene Verhalten zu einer Reduktion des ökologischen Fussabdrucks beitragen kann, werden ausführlich im Buch *Gemeinwohl-Ökonomie* von Christian Felber, im Gemeinwohl-Selbsttest sowie auf Veranstaltungen der Organisation thematisiert.

ECOngOOD Switzerland verfolgt das strategische Ziel, dass die Aktiven nicht nur über vorbildliches ökologisches Verhalten reden, sondern dieses auch selbst vorleben – sowohl für die Organisation als auch privat. Die Aktiven des Vereins tauschen sich regelmässig über Tipps und Ideen zu ökologischen Aspekten aus. In den Weiterbildungsangeboten von bildung-fuer-morgen.ch sind zu diesen Themen Präsentationen und Videos zu finden.

Bekanntheitsgrad der ökologischen Haltung und ökologischen Ziele der Organisation unter Mitarbeitenden

2024
100 %
2023
100 %

Akzeptanz und geschätzte Wirkung freiwilliger Angebote für Mitarbeitende zur Erreichung der ökologischen Ziele der Organisation

2024
95 %
2023
95 %

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Institutionalisierte Massnahmen verbessern nachweislich den ökologischen Fussabdruck der Organisation in Bezug auf die Mitarbeitenden und wirken über den Einflussbereich der Organisation hinaus. Es werden Sensibilisierungsprogramme für alle Mitarbeitenden der Organisation angeboten, beispielsweise regelmässige Befragungen oder Diskussionen zum umweltfreundlichen Verhalten, Innovationslabore und innovative Ansätze zur Steigerung des Umweltbewusstseins auf gesellschaftlicher Ebene.

Bewertung: Stufe «**Vorbildlich**» **90%** (Erstbilanzierung 2021: 90%). Vorbildliches ökologisches Verhalten wird immer wieder in den Kreisen und bei in den Regionalgruppen-Treffen thematisiert genauso wie in Webinaren zu Nachhaltigkeit oder in anderen Formaten (wie etwa Enkel*innen-tauglich leben). Ökologische Nachhaltigkeit gehört zu den vier Werten der Gemeinwohl-Ökonomie und alle Aktiven sind aufgefordert, selbst mit gutem Beispiel voranzugehen.

C3.4 Negativaspekt: Duldung umweltschädlicher Praktiken

<p>Berichtsfragen</p> <p>Welche internen Disziplinarverfahren gibt es, um vorsätzlichen Umweltschäden durch Mitarbeitende zu begegnen? Umweltschäden können verursacht werden, z. B. um Arbeitsaufwand zu reduzieren, durch mangelhafte Berichterstattung, Nichtbeachtung besonderer Sicherheitsbestimmungen, ungeeignete Abfallbehandlung, nichtordnungsgemässe Entsorgung gefährlicher Abfälle usw.</p>	<p>ECONGOOD Switzerland bestätigt, dass im Rahmen seiner Aktivitäten weder die Verschwendung von Ressourcen gefördert noch unökologisches Verhalten geduldet wird. Werden solche Tatsachen bekannt, werden sie sofort angesprochen. Interne Disziplinar massnahmen mussten bislang nicht eingesetzt werden.</p>
<p>Anzahl geleaster oder organisations-eigener Luxus-Geschäftsfahrzeuge (Emissionen >180g CO₂ / km)</p>	<p>2024 0</p> <p>2023 0</p>
<p>CO₂-Fussabdruck geleaster oder organisations-eigener Luxus-Geschäftsfahrzeuge (Emissionen >180g CO₂ / km)</p>	<p>2024 0 Tonnen</p> <p>2023 0 Tonnen</p>
<p>Anzahl durch Kurzstreckenflüge</p>	<p>2024 0</p> <p>2023 0</p>
<p>CO₂-Emissionen durch Kurzstreckenflüge</p>	<p>2024 0 Tonnen</p> <p>2023 0 Tonnen</p>
<p>Verpackungsauswahl der angebotenen Speisen und Getränke für Mitarbeitende</p>	<p>2024 Es wird darauf geachtet, dass möglichst keine Kunststoffverpackungen genutzt werden.</p>
<p>Selbsteinschätzung</p>	<p>0 Minuspunkte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nicht zutreffend

C4 Mitentscheidung und Transparenz innerhalb der Organisation

Berichtsfragen

Welche Daten stehen den Beschäftigten in welcher Form zur Verfügung?

Wie einfach oder schwierig ist es für Mitarbeitende, auf die Daten zuzugreifen? Welche physischen, intellektuellen oder sonstigen Barrieren gibt es? Und warum?

Welche kritischen oder wesentlichen Daten der Organisation stehen den Mitarbeitenden nicht zur Verfügung? Warum nicht?

Was wird getan, um Finanzdaten für alle Mitarbeitenden leicht verständlich zu machen?

C4.1 Transparenz innerhalb der Organisation

Transparenz ist für die Organisation sehr wichtig; das gilt insbesondere gegenüber allen Aktiven und Mitgliedern. Dafür ist es wichtig zu klären, welche Daten den Mitgestalter*innen der Organisation (da der Verein keine Mitarbeitenden hat) zugänglich gemacht werden.

Einerseits gibt es das Wiki, die Wissensplattform der weltweiten EConGOOD-Organisation, auf der sehr viele Informationen (für alle Länder, mit Schwerpunkt auf dem D-A-CH-Raum) hinterlegt sind, darunter Protokolle von Arbeitskreisen, Dokumente zu Projekten, Marketinginformationen und Logos, Gemeinwohl-Bilanzen und vieles mehr. Es gibt einen öffentlich zugänglichen Bereich (wiki.econgood.org, s. Screenshot), auf den jeder Besucher Zugriff hat, sowie einen internen, passwortgeschützten Bereich, auf den nur Mitglieder der Organisation mit einem EConGOOD Account (üblicherweise alle Aktiven) zugreifen können.

The screenshot shows the EConGOOD Wiki homepage. The main content area includes a section titled 'Wichtige Links' with links to 'Ein Konto beantragen', 'Organisationsstruktur', 'Verhaltenskodex', 'IT-Tools', 'Leitfaden für Regionalgruppen', 'Governance', 'Wiki für Länder', and 'IT-Unterstützung'. Below this is a section 'GWÖ umsetzen' with bullet points explaining the Gemeinwohl-Bilanz. To the right, there is a section 'Engagieren Sie sich' with options to 'Als Einzelperson' or 'Als Unternehmen oder Organisation' participate. On the far right, there is an infographic titled 'Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ) erklärt' with a bar chart showing various statistics: 27, 450, 135, 75, 8, 693, and 205.

Zusätzlich gibt es eine Data-Cloud, auf welcher alle Protokolle des Vorstands, der Kreise und von Projekten sowie weitere Informationen hinterlegt sind. Hierauf haben alle Aktiven der Organisation in der Schweiz Zugriff, sofern sie ein EConGOOD Account haben.

Ergänzender Hinweis: die Mitgliederdaten liegen in einer eigenen Cloud (SmartWE) und nur die Mitgliederbetreuer*innen und IT-Administrator*innen haben aus datenschutzrechtlichen Gründen Zugriff.

Zusätzlich veröffentlicht EConGOOD Switzerland einen umfangreichen Jahresbericht, der auf der Website zum Download zur Verfügung steht (Link). Dieser enthält Informationen zur Organisation und ihren Aktivitäten sowie einen Teil mit den Finanzdaten (leicht verständliche Aufstellung zu den Einnahmen und Ausgaben sowie den Aktiva und Passiva des Vereins). Über die Website econgood.ch werden zudem viele weitere Themen und Informationen vorgestellt. Die Organisation betreibt noch drei weitere Webauftritte: bildung-fuer-morgen.ch, gemeinwohl-leben.ch und plastikfasten.ch.

- Bibliothekseintrag
Jahresbericht 2024

- Bibliothekseintrag
Jahresbericht 2023

- Bibliothekseintrag
Jahresbericht 2022

- Bibliothekseintrag
Jahresbericht 2021

- Bibliothekseintrag
Jahresbericht 2020

- Bibliothekseintrag
Jahresbericht 2019



Grundsätzlich besteht unbeschränkter Zugriff auf alle Daten für alle Aktiven, die ein ECO n GOOD Account haben, mit Ausnahme der datengeschützten Mitgliederdaten. Einzelne Projektgruppen können in der Data-Cloud den Zugriff auf die hinterlegten Unterlagen auf gewisse Personen beschränken - ebenfalls aus Datenschutzgründen. Die Buchhaltung verfügt über ein separates IT-Tool, auf das nur Berechtigte Zugriff haben. Auswertungen zum Finanzbereich sind wiederum auf der Data-Cloud hinterlegt. Die Finanzdaten der Organisation sind im Jahresbericht veröffentlicht.

Grad der Transparenz kritischer und wesentlicher Daten (Schätzung)

2024
100 %
2023
100 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Neue Struktur der Data-Cloud

Früher wurden die Informationen wenig verarbeitet und gebündelt präsentiert. Einzelne mussten sich die Informationen zusammensuchen, wobei die Struktur nicht immer durchschaubar war. Das Projekt FIT gibt seit 2023/24 Struktur, an welcher sich künftig auch die Bereitstellung (auf Wiki) und die Ablage von Information orientieren soll.

Früher wurde der Zugriff auf verschiedene Ordner der Data-Cloud mittels Berechtigungssystem nur der betroffenen Gruppe gewährt. Die neue Ordnerstruktur verzichtet auf selektive Berechtigungen, abgesehen von einem separaten datenschutzrechtlich bedingt eingeschränkten Ordner.

Im Berichtszeitraum 2023/24 wurde die soziokratische Kreiskultur als neue Organisationsstruktur eingeführt. Alle in den Arbeitskreisen getroffenen Grundsatzentscheidungen werden in einem Logbuch festgehalten und können jederzeit von allen Mitgliedern eingesehen werden.

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Alle wesentlichen und kritischen Daten sind für alle Mitarbeitenden transparent, leicht zugänglich und verständlich: gelebte Kultur der Transparenz.

Bewertung: Stufe «Vorbildlich» 80% (Erstbilanzierung 2021: 80%). Alle wesentlichen und kritischen Daten sind transparent für alle Aktiven leicht abrufbar und verständlich – entweder über Wiki oder die Data-Cloud in der Schweiz.

C4.2 Legitimation der Führungskräfte

Berichtsfragen

Werden Massnahmen aufgrund von Rückmeldungen an die Führungskraft ergriffen? Welche?

Wie werden Führungskräfte ernannt? Werden Führungskräfte in einem Top-down-Prozess aus der Sicht des CEO/des höheren Managements/der Personalabteilung ernannt oder werden sie in einem Bottom-up-Prozess aus der Sicht der Mitarbeitenden gewählt?

Welche Möglichkeiten haben Teammitglieder, bei der Besetzung von Führungspositionen mitzuwirken? Auf welcher Führungsebene? Warum/warum nicht?

Führungskräfte des Verein EConGOOD Switzerland sind die Mitglieder des Vorstands sowie die Kreisleiter*innen und Delegierten der Kreise, die Koordinator*innen der Regionalgruppen und die Leiter*innen von Projektgruppen sowie Arbeitskreisen (Schnittstellen zur internationalen Organisation).

Die Mitglieder des Vorstands werden auf der jährlichen Mitgliederversammlung gewählt (2-Jahresturnus - ab 2021 jedes Vorstandmitglied einzeln) bzw. im Amt bestätigt bei einer Wiederwahl. Für die Wahl der Kreisleiter*innen und Delegierten gibt es eine offene Wahl in der soziokratischen Kreisstruktur. Die Koordinator*innen der Regionalgruppen werden von den jeweiligen Aktiven gewählt. Die Koordinator*innen der Fokus- und Projektgruppen werden von den Team-Mitgliedern ebenfalls in offener Wahl gewählt.

Die Positionen werden üblicherweise für 12 Monate von den Mitgliedern der Kreise soziokratisch unter maximaler Mitbestimmung gewählt. Die Positionen können von jedem Mitglied des Kreises ausgeführt werden, wenn die nötigen Erfahrungen/Voraussetzungen mitgebracht werden. Vom Ablauf her werden zunächst die Voraussetzungen der einzelnen Rollen gesammelt und anschliessend werden begründete Vorschläge dargelegt. Wenn es einen Konsent gibt und die Person die Wahl annimmt, ist die Wahl abgeschlossen.

Alle Mitwirkenden in Teams können sich nach ihren Fähigkeiten und ihrem jeweiligen zeitlich gewolltem Engagement einbringen. Die Teams steuern sich selbst und berichten meist über Protokolle und Präsentationen. Feedback in den Teams ist wichtig und wird aktiv gefördert. Bei Differenzen wird bei Bedarf auf entsprechende Nachfrage Mediation angeboten.

Die Praxis zeigt, dass sich alle Aktiven konkrete Aufgaben und Projekte auf Kreis-, Regionalgruppenebene oder in Projektgruppen schweizweit wünschen. Diese werden teilweise allein oder in Gruppen bearbeitet. Mit diesen Aktivitäten gesehen zu werden und Wertschätzung zu erhalten sind elementar, damit die Motivation aufrecht erhalten bleibt.

Anteil der Führungskräfte, die durch die Belegschaft im Wege von Beratung, Diskussion, wirksamer Beteiligung und Mitbestimmung durch Wahl der Führungskräfte legitimiert sind

2024
100 %
2023
100 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Einführung der soziokratischen Kreisstruktur

Das soziokratische Kreisorganisationsmodell wurde im Berichtszeitraum 2023 angestossen und wird seit dem Jahr 2024 konsequent auf allen Ebenen umgesetzt.

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Alle Führungskräfte, auch der Vorstand, werden von den Mitarbeitenden periodisch gewählt und bewertet. Mitarbeitende können auch alle Führungskräfte abwählen. Aus den Bewertungsergebnissen ergeben sich Massnahmen für die Organisationsleitung. Die Legitimation der Führungskräfte ist Teil der Organisationskultur.

Bewertung: Stufe «Vorbildlich» 80% (Erstbilanzierung 2021: 70%). Der Vorstand wird jährlich auf der Mitgliederversammlung von den teilnehmenden Mitgliedern gewählt oder bestätigt. Mit der Einführung der soziokratischen Kreisstruktur finden für alle weiteren Führungspositionen offene Wahlen statt.

C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

Berichtsfragen

An welchen Entscheidungen können unsere Mitarbeitenden mitwirken und wie?

Welche Vorerfahrungen hat die Organisation mit Mitarbeitendenbeteiligung bei Entscheidungen?

Was tut die Organisation, um mehr Beschäftigten die Übernahme von Verantwortung und Mitentscheidung zu ermöglichen?

Wie in diesem Bericht bereits mehrfach erläutert, beschäftigt ECOngOOD Switzerland keine Mitarbeitenden. Deshalb bezieht sich dieser Punkt auf die Aktiven der Organisation.

Durch die Einführung des soziokratischen Kreismodells als Organisationsform wurde die Mitsprache noch verbessert. Alle Aktiven können auf Ebene der Kreise, der Regionen und/oder in Projektgruppen und Arbeitskreisen mitentscheiden.

Das bisherige Prinzip des systemischen Konsensierens wurde durch die Konsentfindung der soziokratischen Kreisstruktur ersetzt. Weitere Informationen finden sich im Organisationsreglement: econgOOD.ch/intern.

Anteil der Entscheidungen, die durch Anhörung / Mitwirkung / Mitentscheidung getroffen werden (Schätzung)

2024
80 %
2023
80 %

Zeitkritische Entscheidungen werden manchmal auch ohne Anhörung getroffen. Die Anhörung / Mitwirkung / Mitentscheidung wird dann aber nachgeholt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Einführung der soziokratischen Kreisstruktur

Das soziokratische Kreisorganisationsmodell wurde im Berichtszeitraum 2023 angestossen und wird seit dem Jahr 2024 konsequent auf allen Ebenen umgesetzt.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Soziokratische Kreisstruktur

Das soziokratische Kreisorganisationsmodell braucht viel Übung und Praxis. Den Prozess gilt es in 2025 und in den Folgejahren noch effizienter und wirkungsvoller zu gestalten.

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Alle wesentlichen Entscheidungen werden möglichst im Konsens der Mitarbeitenden oder durch demokratische Beschlussfassung getroffen. Es herrscht eine Kultur der Beteiligung und Mitentscheidung sowohl unter den Mitarbeitenden als auch in der Organisationsleitung.

Bewertung: Stufe «**Vorbildlich**» **80%** (Erstbilanzierung 2021: 70%). Die Kultur der Beteiligung von Aktiven wird gelebt; alle wesentlichen Entscheidungen werden im soziokratischen Konsent getroffen.

C4.4 Negativaspekt: Behinderung des Betriebsrats

Berichtsfragen

Gibt es einen Betriebsrat? Wenn nein, warum nicht?

Welche Alternativen bietet die Organisation anstelle eines Betriebsrats?

Welche Unterstützungsmassnahmen gibt es für einen Betriebsrat? Wie werden Arbeitnehmende dabei gefördert, einen Betriebsrat zu gründen, auch wenn dies gesetzlich nicht erforderlich wäre?

Es liegt keine Verhinderung des Betriebsrates vor; ein solcher ist für einen Verein in der Schweiz nicht vorgesehen. Eine Arbeitnehmer*innen-Vertretung bzw. Betriebskommission ist in der Schweiz erst ab einer Betriebsgrösse von 50 Mitarbeitenden vorgesehen (MitwG 3). Sollten Aktive sich nicht gehört oder eingebunden fühlen, können sie sich vertrauensvoll an Vorstandsmitglieder und/oder Kreisleiter*innen sowie Delegierte wenden.

Betriebsrat: vorhanden / nicht vorhanden

2024

Nein

Betriebsrat: seit wann?

Selbsteinschätzung

0 Minuspunkte

- Nicht zutreffend

Berühungsgruppe D

Kund*innen und Geschäftspartner*innen

denen sich die Organisation präsentieren und/oder an Vorträgen und Diskussionen mitwirken kann.

- Über Unternehmen und Organisationen, die die Gemeinwohl-Bilanz angewendet haben und dabei positive Erfahrungen gemacht haben. Einzelne ihrer Mitarbeitenden, Kund*innen, Lieferant*innen usw. fangen dadurch an, sich für EConGOOD zu interessieren.

Zudem erreicht die Organisation über folgende Webauftritte ebenfalls spezielle Zielgruppen und versucht darüber neue Mitglieder und Aktive zu gewinnen:

1. BNE-Portal (Bildung für nachhaltige Entwicklung): bildung-fuer-morgen.ch.
2. Kursformate für Privatpersonen: gemeinwohl-leben.ch
3. Plastikfasten - Fasten, aber anders - für weniger Plastik: plastikfasten.ch

Wie betreuen wir Stammkund*innen?

- Mitglieder und Externe, die sich dafür angemeldet haben, erhalten quartalsweise den Newsletter von EConGOOD Switzerland.
- Mitglieder und Externe sind jederzeit eingeladen, an den Treffen der Regionalgruppen teilzunehmen oder als Gast unverbindlich reinzuschneppern.
- Mitglieder werden jährlich zur Mitgliederversammlung (meistens im März) eingeladen.
- Unternehmen, die EConGOOD Switzerland unterstützen oder Mitglied sind, werden zudem zu besonderen Formaten wie Unternehmer-Treffs, Webinaren und Workshops eingeladen.
- Besonders engagierte Unternehmen können auch im Wirkungskreis Wirtschaftlicher Wandel mitwirken.

Bei EConGOOD Switzerland ist Umsatzstreben kein Thema, obwohl wir auf Einnahmen aus Mitgliedsbeiträgen, Spenden, Sponsoring und Fördermitteln von Stiftungen angewiesen sind. Bei allen Aktivitäten der Organisation hat die Verbreitung und Umsetzung der Vision und das Anliegen oberste Priorität, d. h. die Förderung einer sinnorientierten, ethischen und nachhaltigen Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung, die den Menschen dient und die Natur und Mitwelt achtet. Um diesen Auftrag zu erfüllen, muss die Organisation in der Schweiz noch deutlich bekannter werden. Das erfordert unter anderem ein überdurchschnittliches Wachstum der Mitglieder und der Newsletter-Abonent*innen.

EConGOOD Switzerland schenkt ethischen Aspekten und der Beachtung der Menschenwürde im Austausch mit seinen Zielgruppen grosse Beachtung. So wird beispielsweise darauf geachtet, dass die Kommunikation informativ, aufklärend, authentisch und achtsam ist. Dies gilt sowohl für den direkten Austausch mit den Zielgruppen, beispielsweise beim Erstkontakt mit Neumitgliedern oder während Veranstaltungen, als auch für den indirekten Austausch, beispielsweise beim Versand des Newsletters oder bei Social-Media-Beiträgen. Weiterempfehlungen sind für die Organisation sehr wichtig. Dies wird jedoch nur erreicht, wenn die Aktiven selbst mit gutem Beispiel vorangehen und das Prinzip «Walk the Talk» beachten.

EConGOOD Switzerland achtet darauf, nicht mit dem Finger auf andere zu zeigen und nicht Fehler anderer sowie Missstände besonderes zu betonen, sondern durch konkrete Beispiele aufzuzeigen, wie die Wirtschaft, Unternehmen und Gesellschaft in der Praxis bereits besser im Sinne der Wertvorstellungen und der Vision der Gemeinwohl-Ökonomie funktionieren.

Interessierte signalisieren uns über die Anmeldung zum Newsletter oder durch Mitgliedsanträge, dass sie von uns weiter angesprochen und über unsere Aktivitäten auf dem Laufenden gehalten werden möchten. Klassische Verkaufsprozesse gibt es

bei ECONGOOD Switzerland nicht. Denn der Nutzen der potenziellen Kund*innen steht über dem Nutzen der Organisation. Es handelt sich vielmehr um Angebote, die es Interessierten ermöglichen, mehr über die Vision und Instrumente der Gemeinwohl-Ökonomie zu erfahren.

Mit gezielter Kommunikation – beispielsweise Veranstaltungshinweise im Newsletter oder auf Social Media – sollen Interessierte auf das Angebot aufmerksam gemacht und motiviert werden, an einer Veranstaltung teilzunehmen. Schliesslich erhalten Aktive auch keine Vorteile, wenn sie Mitglieder gewinnen oder ein Unternehmen für die Gemeinwohl-Bilanz begeistern können. ECONGOOD Switzerland hat inzwischen professionelle Strukturen in der Geschäftsstelle und in den grösseren Projekten aufgebaut. Trotzdem gehen die meisten Aktivitäten noch immer von den ehrenamtlich Tätigen aus, speziell auf der Ebene der Regionalgruppen.

Dadurch können Kund*innen-Wünsche und Reklamationen leiden, da Mails und Anfragen manchmal nicht in kürzester Frist beantwortet werden. Dem Vorstand und den Kreisen sind jedoch bislang keine wesentlichen Beschwerden bekannt. ECONGOOD Switzerland nimmt gerne neue Ideen und Vorschläge entgegen. Sofern diese nicht direkt an die zuständige Regionalgruppen oder Wirkungskreise gerichtet werden, leitet die Geschäftsstelle oder der Vorstand sie an die entsprechende Stelle weiter. Die Wahrnehmung der Bedürfnisse Aussenstehender kann weiter verbessert werden.

Übersicht über die Marketing-, Vertriebs- und Werbebudgets: Ausgaben für Aktivitäten oder Kampagnen

2024

Massnahmen	Budget (in CHF)	Anteil (in %)
Öffentlichkeitsarbeit	9'729	62,2
Marketing und Kommunikation	4'843	30,9
Informatik-Aufwand	1'084	6,9

Vergütungsmodalitäten für Vertriebsmitarbeitende: Prozentualer Anteil des fixen Verdienstes

2024

0 %

2023

0 %

Vergütungsmodalitäten für Vertriebsmitarbeitende: Prozentualer Anteil des umsatzabhängigen Verdienstes

2024

0 %

2023

0 %

Legt die Organisation Umsatzziele für ihre Mitarbeitenden fest

2024

Nein

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Mitgliederentwicklung

Die Mitgliederentwicklung war im Berichtszeitraum 2024 erstmals leicht rückläufig. Unter anderem war eine weitere Bereinigung um Mitglieder mit Beitragsrückständen dafür verantwortlich - sowohl bei Privatpersonen als auch Unternehmen.

Mitglieder Ende 2022: 219 (145 Privatpersonen und 74 Unternehmen/Organisationen/Gemeinden)

Mitglieder Ende 2023: 246 (167 Privatpersonen und 79 Unternehmen/Organisationen/Gemeinden)

Mitglieder Ende 2024: 219 (149 Privatpersonen und 62 Unternehmen/Organisationen/Gemeinden)

Verbesserungspotenziale/Ziele

Mitgliederkampagne für Privatpersonen

Eine Projektgruppe plant die Umsetzung einer Mitgliederkampagne ab September 2025. Es sollen gezielt neue Privatmitglieder gewonnen werden. Zielgruppe sind die LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability). Bestehende Mitglieder sollen in die Kampagne eingebunden werden, um in ihrem Umkreis neue Mitglieder zu gewinnen.

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Eine auf Augenhöhe ausgerichtete Kundenbeziehung ist fester Bestandteil der Marktpositionierung der Organisation. Innovative Lösungen für eine respektvolle Kundenkommunikation werden nachhaltig umgesetzt. Die Budgets für Marketing, Vertrieb und Werbung orientieren sich an den ethischen Leitlinien der Organisation. Für einzelne Mitarbeitende werden keine Umsatzziele festgelegt.

Bewertung: Stufe «**Vorbildlich**» **80%** (Erstbilanzierung 2021: 70%). Ethikleitlinien der Organisation leiten sich aus den Werten und dem Gedankengut der Gemeinwohl-Ökonomie ab. Sie sind auch in der Gemeinwohl-Bilanz dokumentiert (z.B. im Arbeitsbuch). Kund*innen-Beziehungen finden auf Augenhöhe statt und EConGOOD Switzerland nutzt innovative Lösungen für eine menschenwürdige Kommunikation. Weiter verbessert werden kann die Wahrnehmung der Bedürfnisse Aussenstehender.

D1.2 Barrierefreier Zugang

Berichtsfragen

Welche Barrieren bestehen beim Erwerb und der Nutzung von Produkten und Dienstleistungen?

An welche benachteiligten Kundengruppen richten sich Massnahmen zum Barriereabbau?

Welche Massnahmen werden ergriffen, um benachteiligten Kundengruppen den Zugang und die Nutzung von Produkten und Dienstleistungen zu ermöglichen oder zu erleichtern?

Für B2B: Was wird getan, um sicherzustellen, dass die Verkaufsbedingungen und Leistungen für kleinere und gemeinnützige Organisationen denen für Grossabnehmer, Grosshändler oder grössere Geschäftskunden mindestens gleichwertig sind?

EConGOOD Switzerland hat sich bislang mit dem Thema Barrierefreiheit kaum auseinandergesetzt, sondern nur in konkreten Einzelfällen darauf reagiert und entsprechende Lösungen ermöglicht. Die Aktiven unterstützen die Organisation von zu Hause aus (Homeoffice) und die meisten Treffen und Veranstaltungen finden virtuell statt. Die Dienstleistungen der Organisation können von allen Menschen und Organisationen in Anspruch genommen werden. Es gibt für einkommensschwache Menschen auch die Möglichkeit eines reduzierten Mitgliederbeitrags (bis auf 0 CHF). Eine Geschäftsstelle gibt es seit 2022 - aber auch nur virtuell. Bei physischen Veranstaltungen wird darauf geachtet, dass diese auch für Menschen mit körperlicher Beeinträchtigung zugänglich sind.

Bislang stehen die Informationen zur Organisation in der Schweiz und auch zur Gemeinwohl-Bilanz hauptsächlich nur in deutscher Sprache zur Verfügung (econgood.ch, bildung-fuer-morgen.ch, gemeinwohl-leben.ch und pastikfasten.ch). Für die Sprachen Englisch, Französisch und Italienisch gibt es bislang nur Einstiegsseiten auf econgood.ch. Der internationale Dachverband der Gemeinwohl-Ökonomie bietet über econgood.org und die einzelnen Länder, in denen die Organisation aktiv ist, weitergehende Informationen in einer Vielzahl von Sprachen.

Benachteiligte Kundengruppen wurden bislang nicht identifiziert.

Die Organisation selbst ist nicht im B2B-Geschäft tätig. Leistungen für Unternehmen werden - wie etwa die Unterstützung bei der Gemeinwohl-Bilanzierung - über zertifizierte EConGOOD-Berater*innen angeboten und abgewickelt. Leistungen im

Bereich Bildung werden zwar über die BNE-Plattform bildung-fuer-morgen.ch aufgezeigt - in der Praxis dann aber über zertifizierte Bildungsreferent*innen umgesetzt. Die Leistungen für kleinere und gemeinnützige Organisationen sind denen für grössere Geschäftskunden oder Bildungsinstitutionen mindestens gleichwertig.

Definition der für die Organisation relevanten benachteiligten Kundengruppen

2024

Aktive, welche sich den Mitgliedsbeitrag von aktuell 96 CHF pro Jahr nicht leisten können (8 CHF pro Monat). Sie können eine Reduktion beantragen, wenn sie sich für die Organisation engagieren.

Die Dienstleistung, KMU oder Gemeinden im Bilanzierungsprozess hin zur Gemeinwohl-Bilanz und Auditierung zu begleiten, wird von selbstständigen, zertifizierten Berater*innen angeboten. KMU, die sich eine Nachhaltigkeitsbilanzierung nicht leisten können (Kosten: etwa 3'000 CHF bis 10'000 CHF), erhalten nach Absprache eine Preisreduktion.

Umsatzanteil der mit Produkten und Dienstleistungen erzielt wird, die auf die Bedürfnisse benachteiligter Kund*innen zugeschnitten sind

2024

0 %

2023

0 %

Die Organisation realisiert keine Erlöse aus den Prozessen Gemeinwohl-Bilanzierung, Vorträgen und Unterstützung von Bildungsinstitutionen. Sie profitiert lediglich durch eine 10%-Abgabe der involvierten Berater*innen, Referent*innen und/oder Bildungsreferent*innen.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Gemeinwohl-Bilanzierungen

Es gilt mehr Unternehmen, Organisationen und Gemeinden für den Prozess der Gemeinwohl-Bilanzierung in der Schweiz zu begeistern.

Unterstützung von Bildungsinstitutionen

Es gilt mehr Bildungsinstitutionen (Schulen Sek I/II, Tertiärbereich und Erwachsenenbildung) in der Schweiz für die Angebote unter bildung-fuer-morgen.ch zu gewinnen.

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Produkte und Dienstleistungen sind gezielt auf die Bedürfnisse einzelner Kundengruppen abgestimmt. Für benachteiligte Kundengruppen stehen spezielle Produkte und Dienstleistungen zur Verfügung. Rückmeldungen von Kund*innen zeigen, dass benachteiligten Gruppen der Beitrag der Organisation zu Inklusion und Teilhabe bewusst ist.

Bewertung: Stufe «**Vorbildlich**» **70%** (Erstbilanzierung 2021: 50%). Im Rahmen ihrer Möglichkeiten wurden Produkte und Dienstleistungen auf die Anforderungen benachteiligter Kund*innen-Gruppen angepasst. Beispielsweise in der Möglichkeit der Gestaltung des Mitgliederbeitrags (Privatpersonen und Unternehmen/Organisationen) sowie über preisgünstige Peergruppen-Formate bei der Gemeinwohl-Bilanzierung für Kleinst- und Kleinunternehmen. Sprachen-Barrieren können auf Anfrage gelöst werden.

D1.3 Negativaspekt: Unethische Werbung

Berichtsfragen

Welche konkreten Werbe- oder Verkaufsaktivitäten sind potenziell problematisch oder könnten unethisch sein? Warum?

Welche ethischen Alternativen können für unsere Produkte oder Dienstleistungen entwickelt werden?

Welche Werbemaßnahmen gehen über die Bereitstellung einer informativen Homepage, neutrale Produktinformationen, Nutzungshinweise und Wissensvermittlung hinaus?

ECONGOOD Switzerland bestätigt, dass keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt werden. Die Organisation bemüht sich um eine ethische und authentische Ansprache ihrer Zielgruppen.

Anteil der Werbeausgaben für ethische Kampagnen	2024
	100 %
	2023
	100 %

Anteil der Werbeausgaben für ethisch bedenkliche Kampagnen	2024
	0 %
	2023
	0 %

Selbsteinschätzung **0 Minuspunkte**

- Nicht zutreffend

D2 Kooperation und Solidarität mit anderen Organisationen

D2.1 Kooperation mit anderen Organisationen

Berichtsfragen

Mit welchen Organisationen, die in gleichen oder ähnlichen Branchen tätig sind, bestehen bereits Kooperationen und welche Ziele werden mit diesen Kooperationen verfolgt?

Mit welchen branchengleichen oder branchenähnlichen Organisationen ist künftig eine Zusammenarbeit vorgesehen und in welchen Bereichen?

In welchen Bereichen werden Wissen und Informationen mit anderen Organisationen ausgetauscht, die in den gleichen oder ähnlichen Sektoren tätig sind?

Welche Massnahmen zur Verbesserung der Branchenstandards wurden/werden umgesetzt oder sind in Planung?

Kooperation und Solidarität sind zwei Grundwerte, für deren Verankerung in Wirtschaft und Gesellschaft sich die Gemeinwohl-Ökonomie weltweit aktiv einsetzt. Jede Organisation braucht zwar ihre eigene Identität; de facto können wir jedoch nur gemeinsam etwas bewegen für «Wirtschaft neu denken» und die notwendige sozial-ökologische Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft zur Verfolgung der Vision und der Mission der Organisation.

Sehr wichtig für ECOngOOD Switzerland in der Erreichung der Zielgruppen sind bestehende Netzwerke als potenzielle Kooperationspartner*innen. Ein Auszug bestehender und möglicher solcher Netzwerkpartner*innen ist der Grafik zu entnehmen.



Weitere Kooperationspartner sind GEN-Suisse Global Ecovillage Network, One Planet Lab, pioneers of change und education 21. Die Liste der Kooperationspartner*innen ist hier zu finden ([Link](#)).

Zu den in der Grafik aufgeführten Organisationen bestehen grossteils gute Verbindungen, entweder über Mitwirkung bei Veranstaltungen über Vorträge und Workshops und / oder durch das Erstellen von Gemeinwohl-Bilanzen, beispielsweise öbu, Greenpeace, Pusch und Fastenaktion. Zu den Unternehmen, die sich für eine Gemeinwohl-Bilanz interessieren und / oder diese bereits erstellt haben, wird der Kontakt über die Regionalgruppen und beispielsweise über Unternehmer-Treffs gepflegt.

Ein weiterer Ansatz zur Vernetzung - speziell mit Bildungsinstitutionen - wird über die BNE-Plattform [bildung-fuer-morgen.ch](#) angestrebt. Ebenfalls auf Vernetzung angelegt ist die von der Organisation betriebene Website [pastikfasten.ch](#).

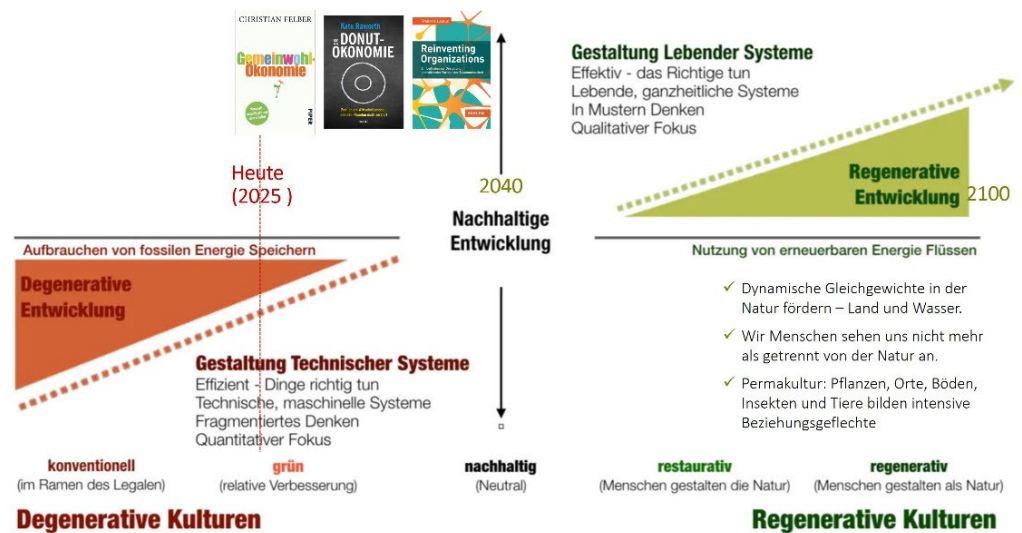
Das Ziel der Vernetzung und der Kooperationen ist es, die Organisation mit ihren konkreten Ansätzen und der Gemeinwohl-Bilanz bekannter zu machen. Darüber wiederum können Unternehmen, welche die Wirtschaft und die Gesellschaft im Sinne der Vision und Mission der Organisation unterstützen wollen, konkrete Anstösse für eine sinnorientierte, ethische und nachhaltige Wirtschaftsweise, die den Menschen dient und die Mitwelt und Natur achtet, gegeben werden.

Mit seinen Netzwerkpartner*innen teilt ECOngOOD Switzerland Wissen und versucht, gemeinsame Vorstellungen zu entwickeln. Diese werden dann über Vorträge und Webinare kommuniziert. ECOngOOD Switzerland sieht sich dabei als

Veränderungshebel auf wirtschaftlicher, politischer und gesellschaftlicher Ebene. Die Organisation versteht ihre Konzepte und Tätigkeiten als ergebnisoffenen, partizipativen, lokal wachsende Prozesse mit globaler Ausstrahlung.

Der Austausch von Wissen mit den Netzwerkpartner*innen erfolgt quer in allen Nachhaltigkeits- und Gemeinwohl-Themen. Der Grossteil dieser Themen ist in den 24 Modulen unter *Kern-Lerninhalte* auf dem BNE-Portal bildung-fuer-morgen.ch hinterlegt (Link). Dabei geht es nicht nur um das Wissen, sondern auch um die Möglichkeiten und Ansätze zum Wollen und zum Können mit dem Ziel Menschen zum aktiven Tun zu befähigen.

Mit dem Ansatz der Gemeinwohl-Bilanz (Kriterien der Matrix 5.1 für Unternehmen, Gemeinden, Bildungseinrichtungen, NGOs, ...) ist EConGOOD Switzerland bestrebt, die Standards in der Nachhaltigkeits- und Gemeinwohl-Ausrichtung und -Berichterstattung von Organisationen weiter zu entwickeln – in Richtung einer regenerativen Wirtschaft unter Suffizienz-Gesichtspunkten (s. Grafik) - und dieses zusammen mit den in der Grafik benannten Netzwerkpartner*innen und darüber hinaus.



Wie viel Zeit und / oder Ressourcen werden für die Entwicklung von Produkten oder Dienstleistungen in Zusammenarbeit mit anderen Organisation aufgewendet, die in denselben oder ähnlichen Branchen tätig sind, im Verhältnis zur gesamten für die Entwicklung der Produkte und Dienstleistungen der Organisation aufgewendeten Zeit (in Stunden pro Jahr)?

Eine solche Zeiterhebung wird nicht durchgeführt. Mit anderen Organisationen - wie etwa B Lab - finden gemeinsame Veranstaltungen statt, in denen beispielsweise am SIPI (Swiss Impact & Prosperity Initiative) bzw. dem Gemeinwohl-Produkt von EConGOOD gemeinsam gearbeitet wird.

Wie viel Zeit und / oder Ressourcen werden für die Entwicklung von Produkten oder Dienstleistungen in Zusammenarbeit mit anderen Organisation aufgewendet, die in denselben oder ähnlichen Branchen tätig sind, im Verhältnis zur gesamten für die Entwicklung der Produkte und Dienstleistungen der

Eine solche Zeiterhebung wird nicht durchgeführt. Beispiel für eine solche Tätigkeit ist beispielsweise mit öbu - Verband für nachhaltiges Wirtschaften in den Themen Kreislaufwirtschaft und Biodiversität.

Organisation aufgewendeten Zeit (als prozentualer Anteil)?

Welcher Prozentsatz des Zeitaufwands / erzielten Umsatzes kann auf Partnerschaften mit den folgenden Organisationen zurückgeführt werden?

Eine solche Auswertung wird nicht durchgeführt.

In welchen der folgenden Bereiche ist die Organisation aktiv?

2024

Zusammenarbeit mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Verbesserung der Umwelt-, Sozial- und / oder Qualitätsstandards innerhalb der Branche – Ja

Aktiver Beitrag zur Verbesserung der rechtlichen Standards innerhalb der Branche, d.h. verantwortungsvolles Lobbying – Ja

Mitarbeit bei Initiativen zur Verbesserung von Umwelt-, Sozial- und / oder Qualitätsstandards innerhalb der Branche – Ja

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Future Economy Dialog

Im Berichtszeitraum wurde als Reaktion auf den klassischen Wirtschaftsverband economiesuisse und deren mitinitiierten Webauftritt perspektiveschweiz.ch, welche die Nachhaltigkeitsbestrebungen in der Schweiz nur zögerlich unterstützen und gavierende Reformen ausbremsen von Bewegungen in der Schweiz der «Future Economy Dialog» gegründet. Mitwirkende sind ECONGOOD Switzerland, B Lab, Der Gewerbeverein, Sens Suisse, Après GE/VD, Purpose, Ashoka, die Plattform AGENDA 2030, öbu - der Verband für nachhaltiges Wirtschaften und einige Impact Hubs in der Schweiz.

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Produkte und Dienstleistungen werden grundsätzlich, soweit möglich, in Kooperation angeboten. Wissen und Informationen stehen in der gleichen Branche tätigen Partnerorganisationen uneingeschränkt zur Verfügung. Die Organisation trägt aktiv und regelmässig zur Verbesserung von Branchenstandards bei und setzt Standards aktiv um.

Bewertung: Stufe «**Vorbildlich**» **70%** (Erstbilanzierung 2021: 60%). Einige Kooperationen werden aktiv verfolgt – beispielsweise im Bereich Unternehmen mit öbu, SENS Suisse, B Lab, der Gewerbeverein und Après (GE/VD). Wissen und Informationen werden bereitgestellt. Ziel ist es in diesem Bereich die Branchenstandards für Nachhaltigkeit zu erhöhen.

D2.2 Solidarität mit anderen Organisationen

Berichtsfragen

In welchen Bereichen zeigt die Organisation Solidarität gegenüber anderen Organisationen und leistet Hilfe, ohne eine Gegenleistung zu erwarten?

Wie vorstehend dargestellt ist Solidarität mit anderen Bewegungen und Organisationen, die ähnliche Ziele wie die Gemeinwohl-Ökonomie verfolgen, sehr wichtig und wird praktiziert. Dieses Engagement geht soweit, wie die Identität und die aufgebaute Struktur von ECONGOOD Switzerland gesichert und für die bestehenden sowie potenzielle Kund*innen der Bewegung erkennbar sind. Ein Beispiel für diese uneigennützig Solidarität war während 3 Monaten in 2020 (September bis November) beispielsweise das Engagement für die Konzernverantwortungsinitiative (KVI). Die

Aktiven waren aufgerufen, sich ehrenamtlich in den lokalen Gruppen der KVI einzubringen und bei den Aktionen der KVI aktiv mitzuwirken. Viele Aktive von EConGOOD Switzerland engagierten sich für diese nationale Abstimmung.

Auch wenn die Grundeinstellung der Organisation (Vorstand, Kreise und Regionalgruppen) in Richtung Solidarität und uneigennützig Hilfe stimmt, so ist in der Praxis festzustellen, dass die Organisation bislang ihren Fokus auf den eigenen Projekten hat und durch das ehrenamtliche Engagement zu wenig Kraft und Ressourcen aufbringt, um andere Organisationen wirkungsvoll mit zu unterstützen. Eine Ausnahme ist das vorher dargestellte Projekt KVI.

Wie viele Arbeitskräfte bzw. Personalstunden wurden anderen Organisationen zur Verfügung gestellt?

Schwer zu quantifizieren, da viele Aktive in den einzelnen Regionalgruppen sich zusätzlich auch in anderen Organisationen engagieren – wie etwa Luzern im Wandel, Transition Winterthur, IP Integrale Politik, Verein Pro Transition Uster. Bei der KVI werden sich sicher über 20 Aktive von EConGOOD Switzerland aktiv eingebracht haben. Der Zeitaufwand dafür wurde aber nicht erhoben.

Wie viele Aufträge oder Verträge wurden an Organisationen vergeben?

Die Organisation hat keine Aufträge oder Verträge, die sie weitergeben könnte.

Wie hoch ist der Gesamtbetrag der Mittel bzw. Dienstleistungen, die anderen Organisationen zur Verfügung gestellt wurden?

EConGOOD Switzerland unterstützt den Dachverband EConGOOD International mit einem recht hohen Anteil seiner Mitgliedsbeiträge: 8'636 CHF

Selbsteinschätzung



Erfahren

Es wurden umfangreiche Erfahrungen darin gesammelt, anderen Organisationen Mitarbeitende, Aufträge, Finanzmittel und Technologien zur Verfügung zu stellen, um sie bei ihren Aktivitäten zu unterstützen oder ihnen in Notsituationen zu helfen. Anderen in der gleichen Branche zu helfen und mit ihnen zu kooperieren, wird als bewährte Praxis angesehen.

Bewertung: Stufe «Erfahren» 40% (Erstbilanzierung 2021: 40%). Es gibt mehr als erste Erfahrungen mit der Weitergabe von Engagement ehrenamtlich Aktiver (inklusive deren Wissen und Kompetenz) in der Organisation bei Netzwerkpartner*innen – wie der Konzernverantwortungsinitiative, Plattform AGENDA 2030 und auf der BNE-Plattform bildung-fuer-morgen.ch. Helfen und Teilen mit Netzwerkpartner*innen für die diversen Zielgruppen von EConGOOD Switzerland wird als wichtig erachtet.

D2.3 Negativaspekt: Missbrauch von Marktmacht zum Nachteil anderer Organisationen

Berichtsfragen

In welchen Bereichen könnte die Organisation andere Organisationen behindern oder schädigen oder deren Aktivitäten auf andere Weise stören?

Welcher Stellenwert wird der Erhöhung des eigenen Marktanteils beigemessen und welche Haltung wird gegenüber

EConGOOD Switzerland hat keine Marktmacht in der Schweiz und kann daher solche auch nicht gegenüber Mitorganisationen ausüben. Die Organisation steht zu ihren Werten Solidarität und Kooperation und versichert, bislang keinen Missbrauch in diesem Bereich ausgeübt zu haben. Die Organisation ist bestrebt, ihren Bekanntheitsgrad und ihre Bedeutung in der Schweiz zu erhöhen. Dazu strebt sie Kooperationen an und engagiert sich in Netzwerken - nicht aber, um dadurch Marktmacht aufzubauen.

der Marktführerschaft
eingenommen?

Werden in der Kommunikation
der Organisation wertende
Vergleiche (besser / schlechter /
einzigartig) mit der Leistung,
den Produkten oder
Dienstleistungen anderer
Organisationen vorgenommen?

2024

Nein

Wird bei mindestens einem
Produkt oder einer
Dienstleistung eine
Kampfpreisstrategie verfolgt?

2024

Nein

Werden mit anderen
Organisationen geheime /
verdeckte Preisabsprachen
getroffen?

2024

Nein

Ist die Maximierung von
Marktanteilen auf Kosten
anderer Organisationen,
Kund*innen, Benutzer*innen,
Mitglieder oder Hersteller ein
Bestandteil der
Organisationsstrategie?

2024

Nein

Werden für eigene Produktideen
zahlreiche Patente angemeldet,
die nicht weiter verfolgt oder
genutzt werden welche die
Entwicklungs-, Forschungs-
und Innovationsfähigkeit
anderer Organisationen
einschränken können oder
sollen?

2024

Nein

Selbsteinschätzung

0 Minuspunkte

- Nicht zutreffend

D3 Umweltauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen während der Nutzung und am Ende ihrer Lebensdauer

D3.1 Zirkularität und Ökoeffizienz von Produkten und Dienstleistungen: das ökologische Kosten-Nutzen-Verhältnis

Berichtsfragen

Wie beurteilt die Organisation die Umweltauswirkungen, die sich aus der Nutzung und Entsorgung ihrer Produkte und Dienstleistungen ergeben?

Welche Auswirkungen haben die Produkte und Dienstleistungen auf die Umwelt, in absoluten Zahlen und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen?

Wie einfach und vollständig können Produkte am Ende ihrer Lebensdauer zerlegt und ihre Komponenten getrennt werden?

Werden bei der Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen, die Umweltauswirkungen bei Nutzung und Entsorgung berücksichtigt?

Verfolgt das Geschäftsmodell einen zirkulären Ansatz?

Welche Strategien und Massnahmen der Organisation reduzieren die Umweltauswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen entstehen?

ECONGOOD Switzerland ist bekannt, dass der grösste ökologische Fussabdruck seiner Treffen und Veranstaltungen die An- und Abreise der Teilnehmenden ist. Deshalb wird die Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder anderen Möglichkeiten mit geringen CO₂-Emissionen angeregt.

Die Produkte und Dienstleistungen der Organisation selbst haben keinen wesentlichen ökologischen Fussabdruck. Hingegen ist der ökologische Handabdruck der Organisation recht gross. Die Transformationsinstrumente (Gemeinwohl-Bilanz, Gemeinwohl-Produkt, BNE-Plattform bildung-fuer-morgen.ch, der Gemeinwohl-Selbsttest, die Formate gemeinwohl-leben.ch, plastikfasten.ch, etc.) sind alle darauf ausgerichtet, den ökologischen Fussabdruck von Unternehmen, Organisationen, Gemeinden und Privatpersonen signifikant zu senken und geben dazu entsprechende Tipps und Anleitungen.

Dies betrifft das Design von Produkten und Dienstleistungen, die Produktion, den Transport bzw. die Logistik, die Nutzung durch die Kund*innen und die Wiederverwendung bis hin zur notwendigen ökologischen Entsorgung. Berücksichtigt werden auch Möglichkeiten und Anreize für Sharing, Reuse, Repair, Recycling und Kreislaufwirtschaft. Insgesamt wird bei Veranstaltungen der Organisation immer wieder das Thema Reduktion des ökologischen Fussabdrucks und die Möglichkeiten, wie alle dazu beitragen können, thematisiert.

In der Gemeinwohl-Bilanz werden berichtende Unternehmen und Organisationen beispielsweise aufgefordert, sich im Rahmen der Kriterien – speziell A3, B3, C3, D3, und E3 – intensiv mit dem bestehenden ökologischen Fussabdruck und Senkungsmassnahmen zu beschäftigen. Dies schliesst auch die Thematisierung von Effizienz-, Konsistenz- und sogar Suffizienzmassnahmen ein.

Solche Ausgleichsmassnahmen werden von ECONGOOD Switzerland nicht getätigt. Der positive Handabdruck durch die Wirkung auf die Zielgruppen ist bei weitem grösser als der recht geringe ökologische Fussabdruck.

Die Organisation hat keine Produkte. Die Aktiven beziehen lediglich Flyer, ECONGOOD-Hemden, Leinentaschen und Bücher über die Organisation. Die ökologische Qualität ist hoch und die Lebensdauer deutlich länger als bei herkömmlichen Produkten.

Ausgaben für Ausgleichsmassnahmen (z.B. CO₂ Kompensation) und Art der Kompensationsmassnahmen

Durchschnittliche Lebensdauer der Produkte der Organisation im Vergleich zur durchschnittlichen Lebensdauer vergleichbarer Produkte

Prozentsatz der Gesamtzahl der Produkte der Organisation, die leicht repariert werden können

2024
100 %
2023
100 %

Prozentsatz der Gesamtzahl der Produkte der Organisation, die am Ende ihrer Lebensdauer leicht in Einzelteile zerlegt, auseinandergebaut oder nach Materialien getrennt werden können

Kann nicht bestimmt werden. Flyer gehen in die Papiersammlung, Bücher in die Büchersammlung bzw. Papierabfall, Hemden und Leintaschen sind aus wiederverwertbaren Materialien hergestellt.

Prozentsatz der Gesamtzahl der Produkte der Organisation mit folgenden Merkmalen (einschliesslich Verpackung)

2024

Merkmal	Anteil (in %)
Rückgabe (Sammlung direkt von der Organisation verwaltet oder ausgelagert)	
Recyclebar oder rückführbar in einen höherwertigen Wertstoffkreislauf (upcycling)	
Rückführbar in einen geringwertigeren Wertstoffkreislauf (downcycling)	100
Biologisch abbaubar oder kompostierbar	100
Wiederverwendbar ohne Wertverlust	

Emissionen für die Inanspruchnahme des Dienstes

2024

Eine Ökobilanz wurde für die Dienstleistungen der Organisation in der Schweiz noch nicht erstellt. Erstellt wurde aber der CO₂-Fussabdruck unter E3. Dieser ist für unsere Organisation sehr gering.

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Für alle Produkte und Dienstleistungen liegen umfassende Daten zu Umweltauswirkungen vor und das Geschäftsmodell sowie das Produktportfolio sind hinsichtlich der Umweltauswirkungen optimiert. Produkte und Dienstleistungen haben keine oder deutlich geringere negative Umweltauswirkungen als vergleichbare Alternativen. Nur völlig unvermeidbare Umweltauswirkungen werden kompensiert. Die Organisation kann maximale Verwertungsquoten für Wertstoffe nachweisen.

Bewertung: Stufe «**Vorbildlich**» 80% (Erstbilanzierung 2021: 80%). Die Konzeptansätze von EConGOOD, die Gemeinwohl-Bilanz und die weiteren Transformations-Instrumente sind auf ökologische Auswirkungen optimiert und helfen, den ökologischen Fussabdruck der einzelnen Zielgruppen signifikant zu senken. Die Organisation geht mit ihren Ansätzen deutlich weiter vor, d.h. ambitionierter als vergleichbare Organisation. Die Aktiven versuchen ökologische Nachhaltigkeit nicht nur im Rahmen ihres Engagements für den Verein, sondern auch in ihrem privaten Umfeld umzusetzen, d.h. vorzuleben.

D3.2 Suffizienz: Massvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen

Berichtsfragen

Wie fördert das Geschäftsmodell die Suffizienz bzw. den massvollen Gebrauch?
Inwieweit findet in der Organisation eine Auseinandersetzung mit Suffizienz bzw. der massvollen Nutzung von

Das Thema Suffizienz wird von EConGOOD Switzerland gegenüber bestehenden und potenziellen Kund*innen bewusst thematisiert. Dies erfolgt für Unternehmen, Gemeinden, Bildungseinrichtungen, NGOs, Privatpersonen, etc. im Rahmen ihrer Auseinandersetzung mit den Kriterien der Gemeinwohl-Bilanz, EConGOOD Business Canvas, dem Gemeinwohl-Selbsttest, den Kursformaten gemeinwohl-leben.ch, der

Produkten und Dienstleistungen statt?
 Welche Strategien und Massnahmen gibt es, um einen massvollen Konsum und eine suffizienzorientierte Nutzung der Produkte und Dienstleistungen der Organisation zu fördern?
 Sind Produkte und Dienstleistungen so konzipiert, dass sie einen moderaten Konsum fördern, und wie wird dies den Kund*innen vermittelt?

Website plastikfasten.ch und / oder über die beiden Module 3 und 20 zu Suffizienz bei den *Kern-Lerninhalten* auf bildung-fuer-morgen.ch (Link).

Suffizienz = Genügsamkeit, reduktiver Lebensstil, einfacher Lebensstil, Suche nach dem «genügenden Mass»

<p>Lebensstil</p> <ul style="list-style-type: none"> • Von nichts zu viel - Gut leben, statt viel haben • Genügsam, entschleunigt, genussfähig • Weniger Quantität, mehr Qualität • Nutzt soziale Netzwerke und die Sharing Economy • Fähig in Erhaltungs- und Subsistenzpraktiken • Verbraucht nicht mehr als 1 bis 2 Tonnen CO₂ pro Jahr 	<p>Materiell vereinfachter, aber sinnstiftender Lebensstil</p> <ul style="list-style-type: none"> • Freiwilliger Einkommensverzicht / Limitierung der Erwerbstätigkeit (Startpunkt!) • Limitierter Güterkonsum und sparsame Nutzung von Ressourcen und Gütern • Vermehrtes Teilen, Leihen • Nutzung Second-Hand • Bevorzugung langlebiger Produkte • Vermehrtes Selbermachen • Limitierung von Werbeexposition • Aktiv in Gemeinschaften / Nachbarschaften
--	---

Die Gemeinwohl-Bilanz stellt ein Instrument für die Entwicklung und Umsetzung von Suffizienz-Strategien dar. Desweiteren erfolgen Vorträge in Bildungsinstitutionen – gerade auch für Studierende. Es gibt das Projekt *Plastik fasten* (Schwerpunkt in der Fastenzeit mit eigenem Internet-Auftritt / plastikfasten.ch), Dokumente zu nachhaltigem Konsum und es wird auf Regionalgruppenebene das Spiel *Enkel*innentauglich leben* angeboten – inklusive der Ausbildung auf nationaler Ebene zur Spieleleiter*in (gemeinwohl-leben.ch). Die Module 3 und 20 auf der Seite Bildung für morgen (siehe unten) sind als Selbstlerninhalte im Blended-Learning-Format mit Präsentationen und je 2 Videos zu 20 Minuten aufgebaut. Die meisten der Aktiven in der Organisation nehmen das Thema Suffizienz und entschleunigter Lebensstil ernst und versuchen es, in ihrem Umfeld zu praktizieren.

Die Angebote der Organisation für Suffizienz und einen entschleunigten Lebensstil werden über die Webseiten und Social Media sowie über die Kreise und die Regionalgruppen bekanntgemacht und aktiv beworben.

Prozentanteil an der Gesamtanzahl der Produkte und Dienstleistungen der Organisation, die einen auf den Grundsätzen der Suffizienz basierenden individuellen Lebensstil unterstützen

2024
100 %
2023
100 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

BNE-Portal bildung-fuer-morgen.ch

Das Portal zur Förderung der Bildung für nachhaltige Entwicklung wurde im Oktober 2023 in Betrieb genommen. In den Kerninhalten werden die für die Organisation und darüber hinaus relevanten Nachhaltigkeits- und Gemeinwohl-Themen im Blended Learning Format mit Präsentationen und Videos zu je 20 Minuten kostenlos angeboten (Link).

Kursformate unter gemeinwohl-leben.ch

Die Kursformate *Gemeinwohl-Wirkshop*, *Enkel*innen-tauglich leben* und *klimafreundlich leben* wurden im Berichtszeitraum ausgeweitet und mit Teilnehmenden umgesetzt.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Bekanntheitsgrad der Angebote erhöhen

Es gilt den Bekanntheitsgrad der Organisation in der Schweiz sowie der angebotenen Transformationsangebote deutlich zu erhöhen.

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Die Förderung eines massvollen Konsums ist ein wesentlicher Bestandteil des Geschäftsmodells und der Kundenbeziehung. Das Produktportfolio enthält ausschliesslich Produkte und Dienstleistungen, die einen suffizienten Lebensstil unterstützen.

Bewertung: Stufe «**Vorbildlich**» **80%** (Erstbilanzierung 2021: 80%). Die Förderung eines massvollen Konsums ist wesentlicher Bestandteil der Konzepte von EConGOOD Switzerland und in den diversen Transformations-Instrumenten, wie der Gemeinwohl-Bilanz verankert. Die Aktivitäten der Organisation zielen darauf ab, die bestehenden Glaubenssätze in Gesellschaft und Wirtschaft von notwendigem unbeschränktem Wachstum und unbegrenzten Ressourcen sowie «Umwelt hat keinen Preis» zu transformieren.

D3.3 Negativaspekt: Untätigkeit bei unverhältnismässigen Umweltauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen

Berichtsfragen

Nutzt die Organisation die Preisgestaltung, Anreize oder geplante Obsoleszenz, um übermässigen Gebrauch oder schnellen Wiederverbrauch zu fördern? Wenn ja, unter welchen Umständen? Aktiv gefördert oder geduldet?

Welche Produkte und Dienstleistungen haben das Potenzial, die planetaren Belastungsgrenzen zu überschreiten, wenn sie von jedem Menschen auf der Welt einmal oder einige Male genutzt werden?

Welche Produkte können dazu beitragen, die planetaren Belastungsgrenzen zu überschreiten, wenn ihre typische Nutzung beibehalten oder gesteigert wird?

EConGOOD Switzerland bestätigt als Verein, dass es keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismässiger ökologischer Auswirkungen gibt. Die Organisation tut viel dafür, bei ihren Aktiven sowie bestehenden und potenziellen Kund*innen ökologisches Verhalten zu fördern und im Rahmen ihrer Aktivitäten mögliches verschwenderisches und unökologisches Verhalten zu minimieren. Sie hat mit ihren Instrumenten für eine sozial-ökologische Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft einen recht hohen positiven ökologischen Handabdruck - speziell auch durch Suffizienz-Ansätze.

Prozent der Gesamtzahl der Produkte und Dienstleistungen der Organisation, die den Grundsätzen der Suffizienz, Ökoeffizienz und Zirkularität gezielt zuwiderlaufen

2024
0 %
2023
0 %

Geschätzter Anteil der Verkäufe, die durch Suggestion einer Notwendigkeit zu übermässigem Konsum führen

2024
0 %
2023
0 %

Selbsteinschätzung 0 Minuspunkte

- Nicht zutreffend

D4 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz

D4.1 Kund*innenmitwirkung bei Produktentwicklung und Marktforschung

Berichtsfragen

Werden Produkte und Dienstleistungen in Zusammenarbeit mit Kund*innen entwickelt?

Welche konkreten Formen der Mitsprache und Mitentscheidung werden den Kund*innen angeboten und wie werden diese kommuniziert?

Wie werden die Teilnahmepräferenzen bei der Mitwirkung ermittelt?

Was ist das Ziel von Marktforschungsaktivitäten?

Für ECOngOOD Switzerland ist es wichtig, dass nicht nur Aktive mitwirken und gut informiert werden, sondern auch unsere Mitglieder, Kooperations- und Netzwerkpartner*innen sowie Interessierte an der Gemeinwohl-Ökonomie.

Die Bestandskund*innen und potenzielle Kund*innen haben unterschiedliche Möglichkeiten, sich regelmässig über aktuelle Themen und Aktivitäten von ECOngOOD Switzerland und international zu informieren:

- Newsletter: *GOODnewsCH* von ECOngOOD Switzerland, des BNE-Portals bildung-fuer-morgen.ch, der DACH-Region (*Blicke*) und des internationalen Dachverbandes
- Webseiten von ECOngOOD Switzerland: econggood.ch, bildung-fuer-morgen.ch, gemeinwohl-leben.ch und plastikfasten.ch
- Webseiten des internationalen Dachverbandes: www.econggood.org und der anderen Länder, in denen die Organisation aktiv ist
- Social Media Kanäle: LinkedIn, YouTube, Facebook und Instagram
- Jahresberichte: von ECOngOOD Switzerland (Link) und des internationalen Dachverbandes

In den regelmässigen Kreis-Sitzungen, den Regionalgruppen- und Unternehmer-Treffs wird nicht nur informiert, sondern es werden auch spezifische Bedürfnisse der Beteiligten und mögliche Verbesserungsmassnahmen und Aktionen abgefragt. Ähnlich verhält es sich bei Treffen von Projektgruppen auf nationaler u./o. regionaler Ebene. Die Gemeinwohl-Ökonomie versteht ihre Konzepte und Tätigkeiten als ergebnisoffene, partizipative, lokal wachsende Prozesse mit globaler Ausstrahlung. Dafür ist eine Einbindung bestehender und potenzieller Netzwerkpartner*innen besonders wichtig und wirksam.

Dienstleistungen mit einer noch besseren Nachhaltigkeitswirkung werden oft in solchen Meetings und Treffen entwickelt und dann schrittweise in das Gedankengut und die Konzeptansätze von ECOngOOD Switzerland übernommen.

Marktforschung wird üblicherweise von den einzelnen Aktiven aus Eigenantrieb durch den Besuch externer Veranstaltungen und die Sichtung von Unterlagen Dritter betrieben. Ziel ist es neue Ansätze für «Wirtschaft neu denken», die sozial-ökologische Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft, Zukunftsfähigkeit, umfassende Nachhaltigkeit und eine stärkere Gemeinwohl-Orientierung frühzeitig zu erkennen und wenn möglich, in die Angebote der Organisation zu integrieren.

Ausgaben für Marktforschung im Berichtszeitraum

2024
0 CHF

2023
0 CHF

Markt- und Bedürfnisforschung erfolgt ehrenamtlich durch die Aktiven der Organisation.

Anteil der Produkt- und Serviceinnovationen, die unter Beteiligung von Kund*innen entstanden sind

2024
100 %

2023

100 %

Anzahl der durch Kundenbeteiligung erfolgten Produkt- und Dienstleistungsinnovationen, die zu mehr sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit beitragen

Kann nicht quantifiziert werden. Die Kurs-Formate unter gemeinwohl-leben.ch sowie die Dienstleistungen und Lernangebote unter bildung-fuer-morgen.ch wurden unter Einbezug von Kund*innen entwickelt und tragen zu mehr sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit bei.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

BNE-Portal bildung-fuer-morgen.ch

Das Portal zur Förderung der Bildung für nachhaltige Entwicklung wurde im Oktober 2023 in Betrieb genommen. In den Kerninhalten werden die für die Organisation und darüber hinaus relevanten Nachhaltigkeits- und Gemeinwohl-Themen im Blended Learning Format mit Präsentationen und Videos zu je 20 Minuten kostenlos angeboten (Link).

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Ein Kundenbeirat oder ähnliche institutionalisierte Dialog- und Mitentscheidungsformen. Konstruktives Feedback ist Teil des Innovations- und Entwicklungsprozesses der Produkte und Dienstleistungen der Organisation. Die gemeinsame Entwicklung nachhaltiger Produkte ist üblich. Die Marktforschung untersucht auch Möglichkeiten, andere Stakeholder als Kund*innen in partizipative Produktentwicklungen einzubeziehen.

Bewertung: Stufe «**Vorbildlich**» **80%** (Erstbilanzierung 2021: 80%). Die Gemeinwohl-Ökonomie ist als Organisation an einem offenen Austausch mit allen Anspruchsgruppen interessiert – speziell auf Veranstaltungen sowie bei Regionalgruppen-Treffen, zu denen Interessierte eingeladen werden. Dabei wird konstruktives Feedback aktiv eingeholt. Dieses fließt in die Weiterentwicklung des Gedankenguts und die Konzeptansätze der Gemeinwohl-Ökonomie ein.

D4.2 Produkt- und Dienstleistungstransparenz

- Berichtsfragen**
- Wie öffentlich und transparent sind Produktinformationen?
 - Werden alle Informationen über die Inhaltsstoffe, die ökologischen und gesundheitlichen Auswirkungen von Produkten und/oder Dienstleistungen bereitgestellt?
 - Wird die gesamte Wertschöpfungskette bei Produkten transparent dargestellt und welche möglichen Risiken ergeben sich aus der Nutzung von Dienstleistungen?
 - Welche Informationen werden zur Preisgestaltung entlang der Wertschöpfungskette bereitgestellt?
 - Wie werden die sozio-ökologischen Auswirkungen von

ECONGOOD Switzerland selbst stellt keine Produkte her, sondern bietet nur Dienstleistungen an. Dienstleistungen sind die vorstehend bereits benannten Transformationsinstrumente sowie Veranstaltungs- und Bildungsformate. Gemeinwohl-Bilanzierungs-Prozesse werden üblicherweise von zertifizierten ECONGOOD-Berater*innen begleitet (auf eigene Rechnung und Namen bzw. Firma). Die Organisation unterstützt aktiv, dass Unternehmen, Gemeinden, Bildungseinrichtungen und andere Organisationen sich für den Prozess einer Gemeinwohl-Bilanzierung interessieren und sich mit anderen darüber austauschen können.

ECONGOOD Switzerland veröffentlicht alle relevanten Informationen – über ihre Webseiten (econgoud.ch, bildung-fuer-morgen.ch, gemeinwohl-leben.ch und plastikfasten.ch), Social Media Kanäle und Newsletter. Transparenz, ethisches Verhalten und Authentizität sind ihr und den dabei für sie handelnden Personen sehr wichtig.

Produkten und Dienstleistungen von der Organisation kommuniziert?
Wie werden externalisierte Auswirkungen und Kosten kommuniziert, z. B. CO₂-Emissionen pro Produkt?

Die sozio-ökologischen Auswirkungen ihrer Dienstleistungen werden ebenfalls kommuniziert. Dabei wird auch herausgestellt, dass die Anwendung dieser Dienstleistungen den ökologischen Fussabdruck der Anwendenden deutlich reduziert. Viele der Dienstleistungsangebote der Organisation sind kostenfrei. Dort, wo Kosten entstehende können, wird die Preisgestaltung transparent gemacht.

Eine Externalisierung möglicher Kosten durch ihr Aktivitäten ist EConGOOD Switzerland nicht bekannt. Der ökologische Fussabdruck durch die Aktivitäten von EConGOOD Switzerland ist recht gering (siehe E3). Der ökologische Handabdruck durch die umfangreichen Aktivitäten hingegen sehr gross. Die Preise der EConGOOD-Berater*innen für eine mögliche Begleitung und Unterstützung in Prozessen werden im Vorfeld gegenüber den Beteiligten offen gelegt. Gleiches gilt für mögliche Aufwandsentschädigungen bei Vorträgen und Workshops durch EConGOOD-(Bildungs-)-Referent*innen.

Anteil der Produkte mit vollständig offengelegten Inhaltsstoffen
(Prozentschätzung bezogen auf alle Produkte)

Es gibt keine Produkte. Ausnahmen bilden Flyer, Bücher, EConGOOD-Hemden und -Leinentaschen (geringer Wert).

Anteil der Produkte mit vollständig offengelegten Inhaltsstoffen
(Prozentschätzung bezogen auf Umsatzanteil der Produkte)

Anteil der Dienstleistungen mit detaillierter Veröffentlichung der sozio-ökologischen Auswirkungen in der Wertschöpfungskette
(Prozentschätzung bezogen auf alle Dienstleistungen)

2024
100 %
2023
100 %

Anteil der Dienstleistungen mit detaillierter Veröffentlichung der sozio-ökologischen Auswirkungen in der Wertschöpfungskette
(Prozentschätzung bezogen auf Umsatzanteil)

2024
100 %
2023
100 %

Anteil der Produkte und Dienstleistungen, für die Preiskalkulationen aufgeschlüsselt und öffentlich zugänglich gemacht werden

2024
100 %
2023
100 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

BNE-Portal bildung-fuer-morgen.ch

Das Portal zur Förderung der Bildung für nachhaltige Entwicklung wurde im Oktober 2023 in Betrieb genommen. In den Kerninhalten werden die für die Organisation und darüber hinaus relevanten Nachhaltigkeits- und Gemeinwohl-Themen im Blended Learning Format mit Präsentationen und Videos zu je 20 Minuten kostenlos angeboten (Link).

Kursformate unter gemeinwohl-leben.ch

Die Kursformate *Gemeinwohl-Wirkshop*, *Enkel*innen-tauglich leben* und *klimafreundlich leben* wurden im Berichtszeitraum ausgeweitet und mit Teilnehmenden umgesetzt.

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Alle verfügbaren Informationen zu Produkten und Dienstleistungen zu sozial-ökologischen Auswirkungen werden als Teil der Transparenzpolitik vollständig offengelegt, auch externalisierte Umweltauswirkungen. Die Organisation fördert Transparenz gegenüber Geschäftspartner*innen und ihren Kund*innen, um fundierte Entscheidungen zu ermöglichen. Die Preisstrategie ist transparent und alle Preisbestandteile werden offengelegt, auch externalisierte Kosten.

Bewertung: Stufe «**Vorbildlich**» **90%** (Erstbilanzierung 2021: 90%). Transparenz wird von EConGOOD Switzerland gegenüber allen Anspruchsgruppen gelebt. Externalisierungen von Kosten sind nicht bekannt und würden – sofern sie sichtbar werden, sofort aktiv reduziert. Über alle Angebote wird authentisch aufgeklärt.

D4.3 Negativaspekt: Nichtoffenlegung gefährlicher Stoffe

Berichtsfragen

Enthalten Produkte Schadstoffe für Mensch und Umwelt?
Treten auch bei bestimmungsgemässer Verwendung der Produkte und Dienstleistungen schädliche Nebenwirkungen auf?

EConGOOD Switzerland bestätigt, dass keine Gefahrenstoffe eingesetzt werden. Die Organisation legt hohen Wert auf die Gesundheit der Menschen und den Schutz der Mitwelt. Gesetzliche Grenzwerte werden grundsätzlich eingehalten. Bei bestimmungsgemässer Verwendung der Produkte und Dienstleistungen treten nach unserem Kenntnisstand keine schädlichen Nebenwirkungen auf.

Anteil der Produkte und Dienstleistungen, die Gefahrenstoffe enthalten und Gesundheitsrisiken darstellen, die nicht transparent öffentlich deklariert sind
(Prozentschätzung bezogen auf alle Produkte)

2024	0 %
2023	0 %

Anteil der Produkte und Dienstleistungen, die Gefahrenstoffe enthalten und Gesundheitsrisiken darstellen, die nicht transparent öffentlich deklariert sind
(Prozentschätzung bezogen auf Umsatzanteil der Produkte)

2024	0 %
2023	0 %

Selbsteinschätzung

0 Minuspunkte

- Nicht zutreffend

Berühungsgruppe E

Globale Gemeinschaft, Natur und Lebewesen

E1 Sinn von Produkten und Dienstleistungen und Auswirkungen auf Gesellschaft, Natur und Lebewesen

E1.1 Grundbedürfnisbefriedigung und der Beitrag zu einem guten Leben

Berichtsfragen

Welche grundlegenden menschlichen Bedürfnisse (siehe Bewertungshilfen) werden durch die Produkte und Dienstleistungen erfüllt?

Welche Produkte und Dienstleistungen sind Luxusartikel, die lediglich der Statussteigerung dienen und durch weniger teure, ressourcenschonende Produkte des einfachen und guten Lebens ersetzt werden können?

Wie fördern Produkte und Dienstleistungen das persönliche Wachstum und die Gesundheit?

Welche sozialen oder ökologischen Probleme (regional oder global) werden mit den Produkten und Dienstleistungen gelöst oder gemindert?

Für B2B: Zu welchen Endprodukten, Dienstleistungen oder Sektoren tragen die Produkte und Dienstleistungen bei?

ECONGOOD als Organisation in der Schweiz und weltweit möchte mit ihren Aktivitäten einen Beitrag sowie eine sozial-ökologische Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft bewirken, damit unser Wirtschaften sinnvoll, ethisch, fair und nachhaltig ist und dabei den Menschen dient und die Mitwelt und Natur achtet. In der Kurzpräsentation am Anfang des Gemeinwohl-Berichts ist aufgezeigt, wofür sich ECONGOOD Switzerland einsetzt und welcher Wertewandel dafür notwendig ist. Der angestrebte Wertewandel soll ein nachhaltiges Gleichgewicht zwischen den aufgezeigten Polen erreichen und wendet sich gegen Fehlentwicklungen in der aktuell neoliberal ausgerichteten Wirtschaft.

Die Dienstleistungen von ECONGOOD Switzerland umfassen:

1. Die Gemeinwohl-Bilanz als Transformations- und Organisations-Entwicklungs-Instrument für Unternehmen, Gemeinden und Organisationen: Arbeitsunterlagen, Unterstützung von ECONGOOD-Berater*innen, Informationsveranstaltungen, Selbsttest etc.. Weitere Informationen zur Gemeinwohl-Bilanz findet sich unter «Auftrag / Zweck und Dienstleistungen».
2. Die BNE-Plattform (Bildung für nachhaltige Entwicklung) bildung-fuer-morgen.ch für Bildungseinrichtungen (Sek I/II, Tertiärbereich und Erwachsenenbildung)
3. Der Gemeinwohl-Selbsttest für Privatpersonen – beispielsweise in der Version der GWÖ Steiermark ([Link](#))
4. Die Kursformate unter gemeinwohl-leben.ch mit dem *Gemeinwohl-Workshop*, *Enkel*innen-tauglich leben* und *klimafreundlich leben*
5. Projekt *Plastikfasten – Fasten mal ander* ([Link](#))
6. Regelmässige Regionalgruppen-Treffen, die offen sind für potenzielle Interessierte, sowie nationale und regionale Veranstaltungen – inklusive regionaler Unternehmer-Treffs
7. Vorträge und interaktive Workshop-Angebote über die Gemeinwohl-Ökonomie, ihre Vision und Werte sowie die angebotenen Transformations-Instrumente – bei eigenen Veranstaltungen, bei Dritten und in Kooperation mit Netzwerkpartner*innen – auch im Bildungsbereich

Was wir mit unseren Angeboten bewirken wollen:

1. Als Organisation die Themen «umfassende Nachhaltigkeit» (inklusive Zukunftsfähigkeit, Klimaneutralität, Fairness, Kooperation, Transparenz etc.) und verstärkte Gemeinwohl-Orientierung in der Schweiz in den Blickpunkt der Wirtschaft und der Öffentlichkeit bringen.
2. Sichtbarkeit der Unternehmen fördern, die heute Nachhaltigkeit wirklich ernst nehmen und sich für eine Wirtschaftsweise im Sinne der Werte der Gemeinwohl-Ökonomie einsetzen.
3. Die Gemeinwohl-Bilanz als Transformations-Instrument für umfassende Nachhaltigkeit und Gemeinwohl-Engagement in der Schweiz in Unternehmen,

Gemeinden, Bildungseinrichtungen und anderen Organisationen bekannter machen und zum Einsatz bringen.

4. Speziell KMUs für Nachhaltigkeit mobilisieren und den Austausch unter Unternehmen zu diesem vielfältigen Themenspektrum anregen – beispielsweise über regionale Unternehmens-Treffs und Peergruppen zur Erstellung von Gemeinwohl-Bilanzen (Best-Practice-Einsichten und Anregungen).
5. Über Bildungseinrichtungen und spezielle Aktivitäten Impulse für einen bewussten, ethischen und CO₂-reduzierten Konsum geben.

Die Produkte und Dienstleistungen der Organisation decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben

Die Angebote und Dienstleistungen der Gemeinwohl-Ökonomie sind dem Grundbedarf zuzuordnen und sollen dem guten Leben dienen. Die Wirtschaft und Unternehmen ermöglichen Menschen in der Praxis Arbeit, Arbeitsplätze und damit Einkommen. Zudem errichten sie Infrastrukturen, fördern Weiterbildung und zahlen Steuern sowie Abgaben. Damit die Form des Wirtschaftens ökologisch, sozial, fair und nachhaltig ist, wirkt EConGOOD mit ihren Ansätzen und Konzepten darauf hin, dass seitens der Staaten, inklusive der Schweiz, sowie auf freiwilliger Basis gewisse Spielregeln beim «Wirtschaften» beachtet werden.

Die neun Grundbedürfnisse nach Marshall B. Rosenberg unterstützen wir mit unseren Angeboten wie folgt:

1. *Bedürfnis nach Selbsterhaltung oder physischer Existenz:* EConGOOD betont unter anderem Gesundheit und Präventionsmassnahmen, Selbstverantwortlichkeit, Work-Life-Balance und funktionierende menschliche Beziehungen. Wir unterstützen das Konzept des bedingungslosen Grundeinkommens, die Klimastreiks und die Trinkwasser-Initiative.
2. *Bedürfnis nach Sicherheit:* EConGOOD setzt sich beispielsweise für den Schutz der Privatsphäre, wie etwa den Datenschutz, und das Konzept des bedingungslosen Grundeinkommens ein. Geld soll nur ein Transaktionsmittel und nicht der Zweck des Wirtschaftens sein. Die sozialen Ungleichheiten sind zu reduzieren und das gesellschaftliche Fundament ist zu achten.
3. *Bedürfnis nach Empathie:* EConGOOD will menschliche Beziehungen gelingen lassen. Verständnis, Gesehen- und Gehört-werden, Anerkennung, Wertschätzung, Respekt und akzeptiert werden sind dafür gute Voraussetzungen.
4. *Bedürfnis nach Kontakt und Zugehörigkeit, Geborgenheit:* EConGOOD Switzerland fördert dies durch die Kreissitzungen, Regionalgruppentreffen, Unternehmer-Treffs, Webinare und andere Formen des Zusammentreffens. Der Fokus liegt dabei unter anderem auf dem Ermöglichen eines guten sozialen Umfelds, Freundschaften, Kollegialität, Heimatverbundenheit, Liebe als Gefühl, Teil des Teams oder der Gemeinschaft zu sein, Nähe, Zusammensein mit Menschen, die ähnliche Interessen haben, Rücksichtnahme, zur Bereicherung des Lebens beitragen, Respekt, Unterstützung, Vertrauen, Austausch.
5. *Bedürfnis nach Erholung und Spiel:* Menschen brauchen Erholung und Spiel, genauso wie Ruhe, freie Zeit, Möglichkeit, sich körperlich und geistig aufzutanken, Freude und Lachen. Diesen Bedürfnissen wird nach Möglichkeit bei Veranstaltungen und Aktivitäten Rechnung getragen.
6. *Bedürfnis nach Autonomie und Integrität:* EConGOOD Switzerland achtet unter anderem auf die Befolgung dieser Werte: Selbstbestimmung, Selbstentfaltung, Eigenverantwortung, so leben und arbeiten können, wie man selbst möchte, Werte

wählen und dafür einstehen, Individualität, Freiräume für schöpferisches Arbeiten, Kreativität, Authentizität und Selbstwert.

7. *Bedürfnis nach Würde und Sinn*: die Achtung der Menschenwürde und die Sinnhaftigkeit des Tuns sind für ECONGOOD elementar. Hinterfragt und unterstützt werden zudem der Beitrag zum Ganzen, Gebrauchtwerden, Bedeutung der eigenen Arbeit, Sinn des Lebens, Ziele haben, Selbstwert, Kreativität und Authentizität.

8. *Feiern*: ein elementares Grundbedürfnis in der Organisation. Erfolge und erreichte Ziele sollen gefeiert werden. So entsteht Gemeinschaft und das Gefühl zusammengehören.

9. *Spiritualität*: Frieden und Schönheit fangen bei jedem im «Innen» an. Glaube und Spiritualität können das unterstützen. ECONGOOD Switzerland unterstützt mit seinen Angeboten keine spezielle Religion und / oder Glaubensrichtung.

Die Angebote von ECONGOOD Switzerland sollen die Menschen befähigen, selbst Verantwortung zu übernehmen und sich für eine ethische, sinnorientierte, faire und ökologisch deutlich verbesserte Wirtschaft einzusetzen. Damit wird das persönliche Wachstum dieser Menschen gefördert. Zugleich wollen wir die Gesundheit der Menschen und entsprechende Massnahmen zur Gesundheits-Prävention – beispielsweise zur Stärkung des Immunsystems – fördern, was gerade in Corona-Zeiten eine zunehmende Bedeutung bekam.

Im Sinne der Betrachtungsweise der Donut-Ökonomie von Kate Raworth, sollen die Angebote von ECONGOOD die ökologische Decke unseres Planeten besser schützen und zugleich unser gesellschaftliches Fundament sichern, indem wir bei den diversen Herausforderungen aus dem Mangel bzw. den Defiziten herausfinden.

ECONGOOD Switzerland leistet mit seinen Angeboten auch aktive Beiträge zur Umsetzung der SDGs, der 17 UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung. Sie ist engagiert in der zivilgesellschaftlichen Plattform Agenda 2030.



Den grössten Handlungsbedarf in der Schweiz sehen wir bei den UN-Zielen Nummer 12 «Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster», Nummer 13 «Massnahmen zum Klimaschutz», Nummer 10 «weniger Ungleichheiten» und Nummer 8 «Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum». Darauf sind auch die meisten unserer Ansätze ausgerichtet. Bei Wirtschaftswachstum setzen wir auf qualitatives statt quantitativem Wachstum, auf Schonung der Ressourcen und Wiederverwendungskonzepte bis Kreislaufwirtschaft.

Weitere Themen für uns als Organisation sind auch Nummer 3 «Gesundheit und Wohlergehen», Nummer 4 «Hochwertige Bildung», Nummer 5 «Geschlechtergleichstellung», Nummer 6 «Sauberes Wasser und Sanitärversorgung», Nummer 7 «Bezahlbare und saubere Energie», Nummer 9 «Industrie, Innovation und Infrastruktur», Nummer 11 «Nachhaltige Städte und Gemeinden», Nummer 15 «Leben an Land», Nummer 16 «Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen» sowie Nummer 17 «Partnerschaften zur Erreichung der Ziele».

Die weiteren drei UN-Ziele Nummer 1 «Keine Armut», Nummer 2 «Kein Hunger» und Nummer 14 «Leben unter Wasser» sind wohl auch relevant, haben aber keine so grosse Bedeutung. Extreme Armut und Hunger sind aufgrund der gut ausgebauten Sozialsysteme der Schweiz kaum vorhanden. Leben unter Wasser hat zwar eine Bedeutung bei den vielen Flüssen und Seen in der Schweiz. Dort sind aktuell die Belastungen aus der Landwirtschaft durch zu viel Düngemittel und Pestizide die grösste Herausforderung.

Im Rahmen der Gemeinwohl-Bilanz überprüfen die berichtenden Unternehmen, Gemeinden und Organisationen, welche Beiträge sie zur Förderung der UN-Ziele konkret leisten. De facto haben diese Ziele Relevanz für alle Kriterien der Gemeinwohl-Bilanz. Berichtet dazu wird unter E.1.

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 
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln 	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln 	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung 	B4 Eigentum und Mitentscheidung 
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz 	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge 	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden 	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz 
D1 Ethische Kund*innenbeziehungen 	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern 	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen 	D4 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz 
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen 	E2 Beitrag zum Gemeinwesen 	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen 	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung 

An dieser Stelle würde es zu weit führen, über die Beiträge von ECONGOOD zur Erreichung der SDGs zu berichten. Mit Unternehmen werden beispielsweise folgende Fragen bzw. Aktionen zu den einzelnen UN-Zielen vorgenommen: (Quelle: UnternehmensGrün, Bundesverband der Grünen Wirtschaft, SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS PRAXISNAH UMSETZEN, 2020).

4 Ankerpunkte in den 17 SDGs für kleine und mittelständische Unternehmen

Die folgenden Maßnahmen beschreiben Ansatzpunkte zur Umsetzung der SDGs im B2B-Office-Lösungsbereich der Industrie und im Bereich der Wohnbau.

- 1** Soziale Gerechtigkeit: • Vielfältige Arbeitsplätze • Planungssicherheit für Lieferanten • Faire, langfristige Verträge • Klare und vollständige Kommunikation in der Lieferkette • Förderung sozialer Projekte in der Lieferkette
- 2** Zero Hunger: • Sensibilisierung für ökologische Produkte (z.B. Bio-Produkte) • Förderung von nachhaltigen, lokalen und saisonalen Produkten • Einführung von Farm-to-Fork-Prinzipien • Förderung der Bioökonomie
- 3** Gesundheit und Wohlbefinden: • Gesundheitliche betriebliche Gesundheitsmanagement • Kennzeichnung und faire Entlohnung der Mitarbeiter • Arbeitszeiten und -belastung • Schutzmaßnahmen und Notfallmaßnahmen in der Lieferkette
- 4** Bildung, Wissenschaft und Innovation: • Mitarbeiterfortbildung • Angebote in Produktion und Ausbildung • Schulungsmöglichkeiten in der Lieferkette • Zusammenarbeit mit Schulen und Hochschulen
- 5** Geschlechtergleichheit: • Hohe Frauenquote insbesondere in Führungspositionen • Arbeitszeiten und flexible Arbeitszeiten • Sensibilisierung für Geschlechterfragen • Gleichberechtigung und Chancengleichheit in der Lieferkette
- 6** Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen: • Verzicht auf schädliche Chemikalien • Regenwasserumleitung für Produktion und Serviceleistungen • Sichere Wasserumleitung in der Lieferkette • Förderung von Wasserprojekten
- 7** Bezahlbare und saubere Energie: • Klimaneutralität an den Standorten • Einsatz von Ökostrom aus erneuerbaren Energiequellen • Energieeffiziente Gebäudestruktur
- 8** Wirtschaftswachstum, Beschäftigung und soziale Gerechtigkeit: • Geschäftliche Nachhaltigkeit • Steigerung der Zuverlässigkeit des Unternehmens • Partnerschaftliche Zusammenarbeit mit Lieferanten • Förderung von nachhaltigen Märkten
- 9** Industrie, Innovation und Infrastruktur: • Standardisierte Produkte • Umweltfreundliche Materialien • Innovation durch offene Ideenmanagement • Umwandlung von Lieferanten beim betrieblichen Umweltschutz
- 10** Reduzierte Ungleichheiten: • Faire Gehaltsstrukturen • Chancengleichheit bei Personalrekrutierung und Förderung Jugendberuf und Förderung von Start-ups • Partnerschaftliche Zusammenarbeit in der Lieferkette
- 11** Nachhaltige Städte und Gemeinden: • Nachhaltige Mobilitätskonzepte für Mitarbeiter • Angebote für Themen in der Region • Förderung der Nachhaltigkeit an den Standorten
- 12** Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster: • Förderung der Kreislaufwirtschaft • Umweltfreundliche Material- und Verpackungswahl • Produktion langhaltiger Produkte • Partnerschaftliche Produktentwicklung
- 13** Klimaschutz: • Klimaneutrale Produktion und Lieferung • Umwandlung von Umweltschulungen
- 14** Leben unter Wasser: • Produkte ohne schwer abbaubare Mikroplastik • Verzicht auf schädliche Chemikalien • Umwandlung von Meeresschutzprojekten
- 15** Leben an Land: • Förderung des biologischen Landbaus und der Biodiversität • Berücksichtigung von Biodiversität in der Lieferkette • Umwandlung von Saatgutlieferanten in Umwandlung von Aufforstungsprojekten
- 16** Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen: • Einhaltung der Nachbestellfrist • Förderung von fairen Geschäftsbeziehungen • Umwandlung von humanitären Projekten
- 17** Partnerschaften: • Innovative Lösungen • Externe Zertifizierungen der sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit • Kennzeichnung mit Nachhaltigkeits- und Umweltangaben • Mitgliedschaft in nachhaltigen Verbänden und Initiativen

Anteil der Produkte und Dienstleistungen am Gesamtumsatz, die Grundbedürfnisse erfüllen	2024	100 %
	2023	100 %
Anteil der Produkte und Dienstleistungen am Gesamtumsatz, die Bedürfnisse nach Statussymbolen und / oder Luxusartikeln erfüllen	2024	0 %
	2023	0 %
Anteil der Produkte und Dienstleistungen am Gesamtumsatz, die der Entwicklung von Menschen dienen	2024	100 %
	2023	100 %
Anteil der Produkte und Dienstleistungen am Gesamtumsatz, die der Entwicklung der Erde / der Biosphäre dienen	2024	100 %
	2023	100 %
Anteil der Produkte und Dienstleistungen am Gesamtumsatz, die der Entwicklung von Gemeinschaften und sozialem Zusammenhalt dienen	2024	100 %
	2023	100 %
Anteil der Produkte und Dienstleistungen am Gesamtumsatz, die soziale und ökologische Probleme im Einklang mit den UN-Zielen für nachhaltige Entwicklung (SDGs) lösen	2024	100 %
	2023	100 %
Anteil der Produkte und Dienstleistungen am Gesamtumsatz, die einen Mehrfach- oder Einfachnutzen haben	2024	100 %
	2023	100 %
Anteil der Produkte und Dienstleistungen am Gesamtumsatz, die einen hemmender oder Pseudonutzen haben	2024	0 %
	2023	0 %

0 %

Anteil der Produkte und Dienstleistungen am Gesamtumsatz, die einen Negativnutzen haben

2024	0 %
2023	0 %

Anteil der Produkte und Dienstleistungen am Gesamtumsatz, die zu Endprodukten und -dienstleistungen von Geschäftskund*innen (B2B) beitragen, die unethisch, umweltschädlich oder gesundheitlich bedenklich sind

2024	0 %
2023	0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

BNE-Portal bildung-fuer-morgen.ch

Das Portal zur Förderung der Bildung für nachhaltige Entwicklung wurde im Oktober 2023 in Betrieb genommen. In den Kerninhalten werden die für die Organisation und darüber hinaus relevanten Nachhaltigkeits- und Gemeinwohl-Themen im Blended Learning Format mit Präsentationen und Videos zu je 20 Minuten kostenlos angeboten (Link).

Kursformate unter gemeinwohl-leben.ch

Die Kursformate *Gemeinwohl-Wirkshop*, *Enkel*innen-tauglich leben* und *klimafreundlich leben* wurden im Berichtszeitraum ausgeweitet und mit Teilnehmenden umgesetzt.

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Bis zu 100 % der Produkte und Dienstleistungen erfüllen Grundbedürfnisse für ein gesundes und gutes Leben auf umweltfreundliche Weise. Die Mehrheit der Produkte und Dienstleistungen trägt zur Lösung sozialer und / oder ökologischer Probleme im Einklang mit den UN-Zielen für nachhaltige Entwicklung bei. Innovative, visionäre Ansätze für die grössten Herausforderungen der Menschheit werden angesprochen und proaktiv angegangen. B2B: Organisationen werden bei positivem Nutzen in ihren Produkten und Dienstleistungen als Kund*innen aktiv unterstützt und priorisiert. Keine der verkauften Produkte oder Dienstleistungen tragen zu unethischen Endprodukten und Dienstleistungen bei.

Bewertung: Stufe «Vorbildlich» 90% (Erstbilanzierung 2021: 90%). Der Grossteil der Konzeptansätze und der Dienstleistungen von EConGOOD Switzerland lösen wesentliche gesellschaftliche Probleme laut den UN-Entwicklungszielen. Innovative und visionäre Lösungen für die grössten Herausforderungen der Menschheit sind entwickelt und werden im Zusammenwirken mit anderen laufend umgesetzt. EConGOOD Switzerland versucht dafür einen noch höheren Bekanntheitsgrad zu bekommen.

E1.2 Gesellschaftliche Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

Wie tragen Produkte und Dienstleistungen dazu bei, die Gemeinschaft im Privat- und Berufsleben zu stärken?

Welche gesellschaftlichen Gruppen werden durch Aktivitäten erreicht, die ausserhalb der Organisation stattfinden? Durch welche Massnahmen?

Was bewirken die Massnahmen konkret? Zum Beispiel einen Wissenszuwachs, Einstellungs- oder Verhaltensänderungen oder Veränderungen des Lebensstils?

Wie kann die Wirksamkeit der Organisation, zu Veränderungen beizutragen, gemessen werden? Bei welchen gesellschaftlichen Gruppen?

Die Angebote von ECOngOOD Switzerland stärken die Gemeinschaft sowohl im Privat- als auch im Berufsleben. Der Ansatz der Organisation ist es, Individualität und Individualismus zwar zu unterstützen – gleichzeitig aber wieder mehr Bewusstsein und Engagement für die Gesellschaft und das Zusammenleben als Menschen und somit das Gemeinwohl zu entwickeln und zu mobilisieren. Ein deutliches Mehr an Kooperation und Solidarität, im Gegensatz zu Konkurrenz und Egoismus, sind die dafür relevanten Werte und Einstellungen. Diese werden unter anderem über den Prozess der Gemeinwohl-Bilanzierung sowie über Veranstaltungen und Webinare von ECOngOOD gefördert.

Vorstehend unter Kund*innen (Einstieg bei den D-Kriterien) ist ausgeführt, dass ECOngOOD Switzerland auf folgende Zielgruppen fokussiert: Unternehmen (und Branchenverbände), Gemeinden, Bildungseinrichtungen, NGOs, Kirchen, sonstige Organisationen sowie Privatpersonen als Bürger*innen und Konsument*innen sowie die Politik.

Die Angebote der Gemeinwohl-Bilanz sowie Veranstaltungen und Webinare erweitern das Wissen (beispielsweise über mögliche Aktivitäten für umfassende Nachhaltigkeit und konkretes Engagement für mehr Gemeinwohl), verändern bestehende Glaubenssätze und bewirken so Einstellungsänderungen bei den Zielgruppen von ECOngOOD Switzerland. Viele der Menschen, die damit erreicht werden, fangen mit der Transformation bei sich selbst an und verändern dadurch ihren Lebensstil. Folglich werden sie glaubwürdig und erzielen in ihrem Umfeld Ausstrahlung zur Einbindung weiterer Menschen, Unternehmen, Bildungseinrichtungen, Gemeinden, etc..

Die Wirksamkeit dieser Anstösse ist schwer zu messen. Bei den Mitgliedern und Aktiven der Organisation erfolgt das durch Rückfragen und Selbstreflexion. Unternehmen berichten in den Gemeinwohl-Berichten darüber. Beim Gemeinwohl-Selbsttest gibt die Bewertung am Ende der Online-Befragung Aufschluss, wo die jeweilige Person in den Nachhaltigkeit- und Gemeinwohl-Themen steht.

Art und Anzahl der pro Jahr durchgeführten Aktivitäten und Massnahmen

2024

Aktivitäten / Massnahmen	Anzahl pro Jahr
Newsletter ECOngOOD Switzerland	4
Treffen der fünf soziokratischen Kreise	12
Treffen der Regionalgruppen	50
Events und Veranstaltungen der Organisation - inklusive Unternehmer-Treffs	10
Vorträge und Workshops in Hochschulen und Universitäten	30
Newsletter bildung-fuer-morgen.ch	6

Schwer zu quantifizieren; Anhaltspunkte ergeben sich aber aus den Jahresberichten von ECOngOOD Switzerland.

Anzahl der erreichten Personen

2024

2'000

2023

2'000

Schwer zu quantifizieren. Über eigene Veranstaltungen und solche mit Netzwerkpartner*innrn erreicht die Organisation etwa 500 bis 1'000 Menschen pro Jahr. Der Newsletter von bildung-fuer-morgen.ch erreicht circa 400 Adressat*innen. Die Besucher*innen der Webseiten der Organisation liegen bei etwa 5'000 pro Jahr. Auf den sozialen Medien der Organisation gibt es etwa 1'500 Follower.

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Die Organisation sieht sich als relevanter Impulsgeber, der Lösungen für die grössten Herausforderungen der Menschheit bietet. Es wurden kreative neue Ansätze zur Förderung von Verhaltensänderungen verfolgt. Das Verbraucherverhalten, auch das von Nicht-Kund*innen, wird durch die Aktivitäten der Organisation verändert und die im Laufe der Zeit gesammelten und überwachten Kennzahlen belegen dies. Die Organisation ist in ihrer Branche als Expertin für nachhaltige Lösungen und aktives gesellschaftliches Engagement bekannt.

Bewertung: Stufe «**Vorbildlich**» **80%** (Erstbilanzierung 2021: 80%). Der Verein versucht über die diversen Transformationsinstrumente das Wissen und die Einstellung der Menschen positiv zu verändern – mit dem Ziel das Bewusstsein für wichtige gesellschaftliche Herausforderungen zu fördern. Es geht unter anderem darum, emotionale Betroffenheit für diese Herausforderungen bei den Bürger*innen der Schweiz zu erzeugen und zugleich die Unternehmen und Menschen sichtbar zu machen, die sich bereits im Sinne der gebotenen Transformationen verhalten.

E1.3 Negativaspekt: unethische und menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

Welche direkten und indirekten negativen Auswirkungen haben unsere Produkte und Dienstleistungen auf das Leben und die Gesundheit von Lebewesen und die Natur?

Welchen Einfluss haben unsere Produkte und Dienstleistungen auf die Freiheit der Menschen, das Zusammenleben und die globale Gemeinschaft?

Die Angebote von ECOngOOD Switzerland haben nach unserem Kenntnisstand keine direkten oder indirekten negativen Auswirkungen auf das Leben und / oder die Gesundheit von Menschen. Der Verein ist der Auffassung, dass er positive Auswirkungen durch seine Aktivitäten erreicht (positiver Handabdruck). Das gilt auch für die Freiheit von Menschen und den Schutz der Biosphäre unseres Planeten Erde.

Verkaufszahlen für unethische Produkte und Dienstleistungen in Prozent vom Umsatz

2024

0 %

2023

0 %

B2B: Anteil der Kund*innen, die solche Produkte herstellen oder verkaufen

2024

0 %

2023

0 %

Selbsteinschätzung

0 Minuspunkte

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

E2.1 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

Berichtsfragen

Wie viel Geld, Ressourcen und Arbeitsleistung investiert die Organisation in freiwilliges gesellschaftliches Engagement? (Auflistung aller Aktivitäten und ihres Geldwerts)

Was ist der Eigennutzen der Organisation aus diesen Aktivitäten im Vergleich zu dem Nutzen, den sie der Gesellschaft als Ganzes bringen?

Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten?

Wie etabliert sind diese Aktivitäten in der Organisation?

Welche Erfahrungen hat die Organisation bereits gesammelt? Wie stabil ist das Engagement?

Was ist die Gesamtstrategie oder Vision im Hinblick auf ehrenamtliches Engagement?

Wie hoch sind die freiwilligen Ausgaben der Organisation (freiwillige Leistungen) für die Allgemeinheit und welchen Anteil haben diese im Vergleich zu den nationalen gesetzlichen Abgaben (Steuern, Sozialbeiträgen etc.)?

Eine interne Rückfrage und Schätzung der ehrenamtlich geleisteten Stunden hat ergeben, dass die Aktiven einen in Geld umgerechneten Zeiteinsatz von 278'000 CHF im Jahr 2024 geleistet haben (5'560 Stunden zu jeweils 50 CHF) – primär durch die Vorstandsmitglieder, von denen einige bis zu 30% einer wöchentlichen Arbeitszeit (42 Stunden) aufbringen sowie durch die Koordinator*innen der Kreise, Regional- und Projektgruppen und weitere Aktiven.

Insgesamt sind etwa 62 Personen für die Organisation in verschiedenen Funktionen aktiv sind. 5'560 Stunden Ehrenamt entsprechen rund 700 Arbeitstagen oder 2,5 Vollzeitstellen. Der Bund veranschlagt nicht nur 50 CHF wie vorstehend, sondern einen Stundentarif von 60 CHF für inhaltlich anspruchsvolle Aufgaben ausserhalb von reiner Verwaltungstätigkeit.



Eine Eigennutzung der Aktiven für dieses ehrenamtliche Engagement ist nicht zu erkennen - ausser, dass alle Aktiven einen Beitrag zur Verbesserung der Gesellschaft und des menschlichen Zusammenlebens in der Schweiz mit Ausstrahlung darüber hinaus leisten wollen.

Diejenigen Aktiven, die über dieses Engagement hinaus auch als Gemeinwohl-Berater*innen, (Bildungs-) Referent*innen und Dozent*innen für Externe oder für Geschäftsstellenfunktionen oder als Projektleiter*innen professionell tätig sind, bekommen für diese Tätigkeit üblicherweise eine Vergütung. Diese Vergütungen liegen meist jedoch noch unter marktüblichen Preisen und die Beteiligten investieren oft erheblichen Aufwand in die Kundenansprache und Vorbereitung, die generell nicht zusätzlich vergütet wird. Auch bei diesem Personenkreis kann davon ausgegangen werden, dass der von ihnen angestrebte gesellschaftliche Nutzen weit über einem möglichen Eigennutzen liegt.

Über die unter E1.1 aufgeführte Wirkung hinaus hat ECOngOOD einen starken Einfluss auf das Gemeinwesen selbst. Das erfolgt primär durch die ehrenamtlich Aktiven, die nicht nur regional in den Städten Basel, Bern, Luzern, Romandie, St. Gallen, Winterthur und Zürich wirken, sondern schweizweit. Ein wichtiger Punkt dabei ist die Zusammenarbeit mit den Netzwerkpartner*innen (s. Grafik unter D.2.1) und die gemeinsame Weiterentwicklung der Konzepte für die angestrebte sozial-ökologische Transformationen von Wirtschaft und Gesellschaft und konkrete Umsetzungsmassnahmen.

Die Gesamtstrategie und die Umsetzung der Vision der Organisation setzt auf dieses vielfältige ehrenamtliche Engagement! Ohne die parallele professionelle Unterstützung durch professionelle Vergütungen, Aufwandsentschädigungen für besonders aktive Mitglieder, würde sich mittelfristig eine Überforderung dieser Aktiven ergeben. Ehrenamtliches Engagement ist nur bis zu einer gewissen Grenze möglich. Die Organisation zahlt bislang keine Steuern (wie bei NGOs üblich) und leistet keine Sozialabgaben (da es keine Mitarbeitenden gibt).

Die Aktiven setzen sich mit ihrem ehrenamtlichen Engagement für die Ideen und Ansätze der Gemeinwohl-Ökonomie auch in ihrem privaten Umfeld ein und erreichen dort Bewusstseinsentwicklung bis zu Veränderung.

Die Themen sind bei den Aktiven generell gut verankert, da sie bei den Kreisversammlungen, den Regionalgruppen-Treffen, auf Veranstaltungen von ECOngOOD Switzerland, durch Lesen einschlägiger Literatur sowie bei Fortbildungen, wie etwa den Webinaren zu Nachhaltigkeit und Zukunftsfähigkeit, mit grossem Interesse teilnehmen.

Die Einführung der soziokratischen Kreisstruktur hat dazu geführt, dass die Aktiven einen noch höheren zeitlichen Einsatz für die Organisation bringen.

Freiwillige Leistungen an die Gemeinschaft abzüglich des Nutzens, den diese Leistungen der Organisation bringen (als Prozentsatz des Umsatzes)	2024	90 %
	2023	90 %

Freiwillige Leistungen an die Gemeinschaft abzüglich des Nutzens, den diese Leistungen der Organisation bringen (als Prozentsatz der Gesamtjahresarbeitszeit)	2024	95 %
	2023	95 %

Freiwillige Leistungen an die Gemeinschaft abzüglich des Nutzens, den diese Leistungen der Organisation bringen (im Verhältnis zu dem Prozentsatz der nationalen gesetzlichen Abgaben)	Es gibt keine nationalen gesetzlichen Abgaben für die Organisation.	
---	---	--

Summe der gezahlten Steuern laut Steuererklärung oder Steuervorausschätzung	2024	0 CHF
	2023	0 CHF

Summe der Sozialversicherungsbeiträge	2024	178 CHF
	2023	

0 CHF

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Einführung der soziokratischen Kreisstruktur

Das soziokratische Kreisorganisationsmodell wurde im Berichtszeitraum 2023 angestossen und wird seit dem Jahr 2024 konsequent auf allen Ebenen umgesetzt.

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Freiwillige Leistungen in unterschiedlichen gesellschaftlichen Kontexten werden erbracht und in vielen Bereichen sind nachhaltige positive Wirkungen nachgewiesen. Es gibt ein etabliertes Wirkungsmanagement, das seit vielen Jahren besteht, und der geldwerte Beitrag liegt bei über fünf Prozent der nationalen gesetzlichen Abgaben.

Bewertung: Stufe «**Vorbildlich**» **90%** (Erstbilanzierung 2021: 90%). Die ehrenamtlichen Aktivitäten der Aktiven des Vereins erreichen ein sehr hohes Ausmass und es existieren nachgewiesene, nachhaltig positive Wirkungen in vielen Bereichen. Der Vorstand erstellt Wirkungsanalysen für die einzelnen Aktivitäten (Vorstand, Kreismitglieder, Regionalgruppen, etc.) und dokumentiert diese in den Jahresberichten des Vereins.

E2.2 Negativaspekt: Illegitime Steuervermeidung

Berichtsfragen

Welche Risiken bestehen innerhalb der Organisation im Hinblick auf illegitime Steuervermeidung? Besondere Aufmerksamkeit sollte den folgenden Themen gewidmet werden:

Werden Gewinne zwischen Ländern verschoben? Warum?
Werden Zinsen, Lizenzgebühren oder andere Zahlungen an Organisationen im Ausland für immaterielle Leistungen entrichtet?

Hat die Organisation Geschäftspartner*innen in Ländern mit besonders niedrigen Steuersätzen?

Besteht bei Finanztransaktionen das Risiko, dass undokumentierte Gelder in private Kanäle fliessen oder Gelder gewaschen werden?

Werden die Begünstigten aller Geschäfts- und Finanzpartner*innen offengelegt?

Sind internationale Finanztransaktionen transparent?
Gibt es länderspezifische Berichte?

Welche Massnahmen hat die Organisation ergriffen, um diesen Risiken zu begegnen?

ECONGOOD Switzerland als Verein nimmt keine Steuervermeidung vor. Er erwirtschaftet generell keine Überschüsse. Unternehmen, Spender*innen und Stiftungen, welche die Organisation finanziell unterstützen, können diese Beträge in ihrer Steuerveranlagung steuermindernd abziehen. Das ist gesetzlich so vorgesehen. Unternehmens-Mitglieder leisten mit ihrem Jahresbeitrag einen Beitrag zur Förderung des Vereins und damit des Gemeinwesens. Risiken zur Steuervermeidung werden von der Organisation nicht gesehen. ECONGOOD Switzerland leistet an den Dachverband einen jährlichen Beitrag, der als internationale Finanztransaktion einzustufen ist. Damit kann der Dachverband Projekte umsetzen, von welchen ECONGOOD Switzerland auch profitiert.

Es gibt zwei unabhängige Revisoren, welche die Buchhaltung kontrollieren.

Ist die Organisation Teil eines internationalen Konzerns, unterhält sie Geschäftsbeziehungen mit internationalen Partner*innen, oder ist sie Teil der digitalen Wirtschaft? Wenn ja, sollte die Organisation die Namen aller Tochtergesellschaften, verbundenen Organisationen und Geschäftspartner*innen im Ausland veröffentlichen, zu denen ein erheblicher Teil des Umsatzes (über 10 %) abfließt.

ECONGOOD Switzerland hat für das Geschäftsjahr 2024 einen Mitgliedsbeitrag von 8'386 CHF an den ECONGOOD Dachverband mit Sitz in Deutschland gezahlt. Das sind 27% der Mitgliedsbeiträge und entspricht 4,9% des betriebswirtschaftlichen Ertrags.

Länderspezifische Berichterstattung

2024

ECONGOOD Switzerland veröffentlicht jährlich einen Jahresbericht, in welchem auch die Finanzzahlen transparent gemacht werden.

Details wie monatliche Erfolgsrechnungen sind für Aktive Mitglieder auf der Data-Cloud einsehbar.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Sitzverlegung des Vereins

Der Sitz des Vereins wurde Anfang 2025 von Winterthur nach Bern (Falkenplatz 11) verlegt. Eine physische Geschäftsstelle gibt es weiterhin nicht.

Selbsteinschätzung

0 Minuspunkte

- Nicht zutreffend

E2.3 Negativaspekt: Mangelnde Korruptionsprävention

Berichtsfragen

Welche Korruptionsrisiken bestehen innerhalb der Organisation, bei ihren Lieferant*innen und ihren Kund*innen?

Welche Massnahmen gibt es, um Korruption im Vertrieb und Einkauf vorzubeugen?

Wie wird der Kontakt mit Amtsträgern und politischen Entscheidungsträgern gepflegt?

Welche Lobbying-Aktivitäten werden durchgeführt?

Welche Spenden erfolgen an politische Parteien?

Wie sensibilisiert die Organisation ihre Mitarbeitenden für die Korruption?

Welche Vorkehrungen gegen Korruption gibt es bei Entscheidungsprozessen?

Wie werden Interessenkonflikte (persönlicher und organisatorischer Art) sichtbar gemacht und welche entsprechenden Verhaltensregeln gibt es?

ECONGOOD Switzerland versichert, dass keine Korruptionsrisiken in der Organisation bekannt sind. Der Vorstand hat Transparenz über alle Einkaufsentscheide und wichtige Anfragen an den Verein. Die Organisation versucht mit ihren Anliegen auch Schweizer Politiker*innen zu erreichen und kontaktiert diese aktiv. Es werden angesprochenen Politiker*innen aber keine monetären Vorteile in Aussicht gestellt. Die Werte der Gemeinwohl-Ökonomie, die für alle Aktiven Gültigkeit haben, untersagen Korruption und angebotene Vorteilsnahmen.

Mögliche Interessenkonflikte könnten sich bei den Aktiven ergeben, die nicht nur ehrenamtlich für die Organisation sondern beispielsweise für die Geschäftsstelle und in Projekten professionell tätig sind. Dafür gibt es jedoch verbindliche Regelungen und einen Verhaltenskodex, ausserdem sind auch diese Vorgänge für alle Aktiven Mitglieder transparent auf der Data-Cloud einsehbar.

Offenlegung von Spenden an politische Parteien

2024

Ja

Im Berichtszeitraum gab es keine Spenden an politische Parteien.

**Lobbying-Aktivitäten und
Lobbying-Ausgaben, Eintrag im
Lobbying-Register**

2024

Nein

Im Berichtszeitraum gab es keine Lobbying-Aktivitäten und -Ausgaben der Organisation.

**Anonyme
Korruptionsmeldungen durch
Mitarbeitende**

2024

Nein

Im Berichtszeitraum und auch in den Jahren zuvor gab es keine anonymen Korruptionsmeldungen.

**Speziell zugewiesenes Budget
für freiwillige Leistungen und
Regeln für die
Mittelverwendung**

2024

Nein

Ein solches Budgets gibt es nicht.

Selbsteinschätzung

0 Minuspunkte

- Nicht zutreffend

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

E3.1 Absolute Auswirkungen und Managementstrategie

Berichtsfragen

Welche negativen Umweltauswirkungen haben die Produktions- und Arbeitsprozesse der Organisation?

Welche Möglichkeiten haben wir, Umweltauswirkungen zu kontrollieren und/oder zu beeinflussen? (siehe auch «Ökologische Nachhaltigkeit»)

Zu welchen Produkten und Dienstleistungen haben wir eine detaillierte Lebenszyklus-Analyse durchgeführt und zu welchen nur die Lebenszyklusperspektive eingenommen?

Welche Daten zu Umweltauswirkungen werden veröffentlicht?

ECONGOOD Switzerland basiert auf dem ehrenamtlichem Engagement der etwa 62 aktiven Mitglieder – besonders auf dem des Vorstands, der Kreismitglieder und der Koordinator*innen der Regional- und Projektgruppen. Eine physische Geschäftsstelle gibt es noch nicht. Für eigene Veranstaltungen der Organisation werden Räumlichkeiten angemietet.

Für das Jahr 2020 wurde der ökologische Fussabdruck der Organisation in der Schweiz das erste Mal erhoben (geschätzt). Er wurde mit 2,99 t CO₂ pro Jahr beziffert. ECONGOOD Switzerland ist weiterhin kein Verursacher erheblicher klimawirksamer Emissionen (CO₂, N₂O, CH₄, ...). Die Themen Feinstaub und anorganische Emissionen, Emissionen von Chlorfluorkohlenwasserstoffen (Abbau der Ozonschicht), Emissionen, die zur Versauerung beitragen (NO_x, SO_x, CO₂), Emissionen, die die fotochemische Bildung von Ozon fördern (organische Verbindungen, NO_x, SO_x), ionisierende Strahlung, Emission bzw. Verwendung toxischer Stoffe, Düngung in der Landwirtschaft (Eutrophierung), Landverbrauch sowie erheblicher Wasser- und Mineralienverbrauch (Ressourcenerschöpfung) sind nicht relevant.

Die Aktiven wirken generell von zu Hause oder ihrem Arbeitsplatz aus, wodurch keine zusätzlichen Emissionen für Stromverbrauch und Heizen verursacht werden.

Die grössten CO₂-Emissionen entstehen durch An- und Abreisen zu Veranstaltungen von den Aktiven und den weiteren Teilnehmenden. Für das Jahr 2024 schätzen wir diese wie folgt ein:

Mobilität	Verbrauch	CO ₂ in t
- Fahrten mit Pkw	2'000 km	0,57 t
- Fahrten mit E-Auto	2'000 km	0,00 t
- Fahrten mit der Bahn	6'000 km	0,49 t
- Fahrten mit dem öffentlichen Nahverkehr	20'000 km	0,39 t
Stromverbrauch (zusätzlich)	700 kWh	0,02 t
Übernachtungen	10	0,19 t
Drucksachen	10 kg	0,03 t
Bewirtung Veranstaltungen (generell gibt es nur Wasser und gesunde Snacks)	40 kg	0,03 t
Abfälle	12 kg	0,02 t
Gesamt		1,73 t

Für die Aktiven der Organisation ist ein geringer eigener ökologischer Fussabdruck sehr wichtig. Sie wissen, wie sie diesen für sich persönlich sowie aber auch im Wirken für ECONGOOD SWITZERLAND und bei Veranstaltungen senken können. De facto kommt

die Organisation mit ihren Aktivitäten auf nur noch geschätzte 1,73 t CO₂-Emissionen. Bei 62 Aktiven und über 100 Teilnehmenden bei Veranstaltungen ist das sehr gering. Reduktionspotenziale werden keine gesehen.

Umweltkonten entsprechend dem Tätigkeitsbereich der Organisation und Transformationsplan: Emissionen mit Auswirkungen auf das Klima (Scope 1 und 2)

2024

Umweltkonto	Wert	Datenqualität	Bemerkungen
Kohlendioxid (CO ₂) (in t CO ₂ -eq)	1,73	geschätzt	siehe Tabelle
Methan (CH ₄) (in t CO ₂ -eq)	0	Geschätzt	
Distickstoffoxid (N ₂ O) (in t CO ₂ -eq)	0	geschätzt	
Fluorkohlenwasserstoffe (HFC) (in t CO ₂ -eq)	0	geschätzt	
Perfluorierte Kohlenwasserstoffe (PFC) (in t CO ₂ -eq)	0	geschätzt	
Schwefelhexafluorid (SF ₆) (in t CO ₂ -eq)	0	geschätzt	
Stickstofftrifluorid (NF ₃) (in t CO ₂ -eq)	0	geschätzt	

Umweltkonten entsprechend dem Tätigkeitsbereich der Organisation und Transformationsplan: Weitere Emissionen (Scope 1-3)

Die Angaben werde in der Organisation nicht gemessen. Der CO₂-Fussabdruck ist mit 1,73 t sehr gering. Wie dieser Fussabdruck zustande kommt, ergibt sich aus der vorstehenden Tabelle.

Umweltkonten entsprechend dem Tätigkeitsbereich der Organisation und Transformationsplan: Weitere Emissionen

Nicht relevant wegen des insgesamt geringen CO₂-Fussabdrucks der Organisation.

Datenquellen für die angegebenen Umweltkonten

2024

Schätzung auf Basis der Befragung einzelner Aktiver. Umrechnung in CO₂-Äquivalente mit Hilfe der Werte des myclimate-Rechners.

Reduktionsziele und Ziele für einen Zero-Emissions-Transformationsplan

2024

Alle Aktiven sind angewiesen, ihren CO₂-Fussabdruck für die Organisation weiter zu reduzieren. Der Fussabdruck hat sich von 2,99 t im Jahr 2019 auf nunmehr 1,73 t im Berichtsjahr 2024 um 42,1% verkleinert. Konkrete Reduktionsziele wurden bislang nicht festgelegt.

Selbsteinschätzung



Fortgeschritten

Die Organisation erhebt Daten zu Umweltauswirkungen und Emissionen und ist sich ihres ökologischen Fussabdrucks bewusst. Sie verwendet entsprechende Kennzahlen

und erarbeitet Reduktionsstrategien für einen Transformationspfad zu Netto-Null-Emissionen.

Bewertung: Stufe «**Fortgeschritten**» **30%** (Erstbilanzierung 2021: 30%). Der Verein hat seine Ressourcennutzung und Emissionen sowie den ökologischen Fussabdruck das zweite Mal geschätzt. Der CO₂-Fussabdruck ist insgesamt für die Anzahl der Aktiven und die Tätigkeiten sehr gering. Eine laufende Erfassung des Fussabdrucks ergibt bei dieser geringen Menge im Sinne von Aufwand zu Ertrag keinen Sinn.

E3.2 Relative Auswirkungen

Berichtsfragen

Wie gut ist die Umweltleistung der Organisation im Vergleich: zum Stand der Technik oder aktuellen Branchenstandards? zu Organisationen in der gleichen Branche oder Region?

Die relativen Auswirkungen dieses CO₂-Fussabdrucks mit 1,73 t p.a. (2,99 t in 2019) sind im Vergleich zu anderen Organisationen, Initiativen und Bewegungen und unter Betrachtung der Involvierung von 62 Aktiven und über 100 Teilnehmenden an grossen Veranstaltungen sehr gering. Der grösste Teil des CO₂-Fussabdrucks wird durch An- und Abreisen zu Veranstaltungen erzeugt (83,5%). Viele Veranstaltungen finden inzwischen virtuell statt. Alle Teilnehmenden werden darauf hingewiesen, sich möglichst ökologisch fortzubewegen.

Relevante Zahlen auf Basis der Umweltbilanzierung (siehe E3.1) hinsichtlich der im Sektor verwendeten Kennwerte

2024

Vergleichswerte bezüglich Mitweltkonten und Wirkungskenngrössen in der Branche bzw. Region konnten nicht ermittelt werden. Nach den Erfahrungen aus der Gemeinwohl-Bilanzierung sind Unternehmen mit einem Fussabdruck von < 2 t p.a./FTE im Dienstleistungsbereich bereits wirklich gut.

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Die Umweltauswirkungen der Organisation sind deutlich unter dem Durchschnitt des Sektors, sie ist Innovations- oder Branchenführerin. Reduktionen und die kontinuierliche Verbesserung der ökologischen Auswirkungen werden in der Organisationspolitik, der Vision und der Mission als Ziel ausgewiesen und nachweislich erreicht.

Bewertung: Stufe «**Vorbildlich**» **80%** (Erstbilanzierung 2021: 80%). Der Verein liegt mit seinen ökologischen Auswirkungen weit besser als der Durchschnitt anderer Vereine und Organisationen.

E3.3 Negativaspekt: Verstoss gegen Umweltschutzbestimmungen und unverhältnismässige Umweltbelastung

Berichtsfragen

Welche Betriebsgenehmigungen und Betriebsauflagen gibt es und werden diese eingehalten?

Wie wird die Einhaltung der relevanten Gesetze und Vorschriften überwacht?

Kam es im Berichtszeitraum zu Verstössen gegen Umweltschutzvorschriften und

Dem Vorstand sind im Wirken von EConGOOD Switzerland keine Verstösse gegen allgemeine Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen bekannt. Es gibt keine diesbezüglichen Beschwerden und auch keine Streitigkeiten. Unterschiede zwischen den einzelnen Standorten (Regionalgruppen) sind nicht bekannt. Die Einhaltung der relevanten Gesetze und Vorschriften wird nicht überwacht. Der Vorstand geht davon aus, dass diese alle Aktiven im Rahmen der Auseinandersetzung mit den Kriterien der Gemeinwohl-Bilanz bekannt sind und beachtet werden.

wenn ja, wie hoch ist der potenzielle Schaden?

Gab es Beschwerden oder Streitigkeiten mit Anwohnenden bezüglich Umweltschutzverstössen?

Gibt es Streitigkeiten mit anderen Interessengruppen (zivilgesellschaftlichen Initiativen, NGOs usw.)?

Wie umweltfreundlich sind die regionalen technischen und rechtlichen Standards im Vergleich zu anderen Standorten der Organisation?

Betriebsgenehmigungen und Auflagen

2024

Es gibt keine Betriebsgenehmigungen und keine Auflagen für EConGOOD Switzerland in der Schweiz.

Verzeichnis der relevanten Gesetze und Vorschriften (aktuelles Rechtskataster)

2024

Nicht relevant.

Gefahrstoffkataster (nach REACH Substanzliste)

2024

Nicht relevant.

Gerichtsverfahren, Verwaltungsstrafen, Schadensersatzzahlungen aufgrund von Verstössen gegen Umweltvorschriften

2024

Gibt es nicht für EConGOOD Switzerland.

Selbsteinschätzung

0 Minuspunkte

- Nicht zutreffend

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

E4.1 Transparenz und Demokratiebildung

Berichtsfragen

Transparenz:

Welche wichtigen und kritischen Informationen werden für die Berührungsgruppen erfasst (Umfang und Detailliertheit)?

In welcher Form werden Informationen veröffentlicht und verbreitet (Art der Veröffentlichung)?

Werden Berichte, Bewertungen oder andere Informationsformate der Organisation durch eine unabhängige Stelle überprüft (z. B. durch ein unabhängiges Audit)?

Wie leicht sind diese Informationen für die Öffentlichkeit zugänglich?

Demokratiebildung:

Sind sich Mitarbeitende und indirekte Stakeholder der demokratischen Strukturen in der Organisation bewusst?

Welche Anwendungsgebiete der Demokratiebildung lassen sich erkennen?

Was sind die Ziele der Demokratiebildung der Organisation und wie werden diese erreicht?

Transparenz, Bekenntnis zur Demokratie sowie gesellschaftliche Mitwirkung und Mitentscheidung sind wichtige Werte für die Gemeinwohl-Ökonomie – in der Schweiz und international (im Dachverband sowie den angeschlossenen Vereinen).

ECONGOOD Switzerland veröffentlicht jedes Jahr einen aussagekräftigen Jahresbericht. Diese Jahresberichte können jeweils angesehen und heruntergeladen werden (Link). Der Vorstandsbericht und die Jahresrechnung werden jeweils zur Mitgliederversammlung - üblicherweise im März eines Jahres - erstellt und gebilligt.

INHALT

3 Kennzahlen	10 Verensentwicklung Projekt FIT	31 Finanzen Bilanz Erfolgsrechnung
4 Verenszweck & Organisation	11 Wirkungsbereich Mindset & Movement	33 Revisionsbericht 2024
6 Bericht des Vorstands	Regionalgruppe Basel Regionalgruppe Bern Regionalgruppe Luzern Regionalgruppe Romandie Regionalgruppe St. Gallen Regionalgruppe Winterthur Regionalgruppe Zurich	34 Dank
7 Bericht der Geschäftsstelle Marketing & Kommunikation IT Fundraising Migrator & Active Ausblick	25 Wirkungsbereich Bildung & Forschung	35 Kontakte & Impressum
	27 Wirkungsbereich Wirtschaftliche Veränderung	
	29 Wirkungsbereich Gesetzgebung & Regulation	

Verein zur Förderung der Gemeinwohl-Ökonomie Schweiz
Stadthausstrasse 61, 8001 Winterthur, E-Mail: switzerland@econgood.org Web: www.econgood.ch
Spendenkonto
Empfänger: Stiftung Freie Gemeinschaftsbank, Basel IBAN: CH26 9039 0000 0382 2031 5
Zahlungsbetrag: Fonds Gemeinwohl-Ökonomie Schweiz

Der Vorstand, die Kreise und die meisten Regionalgruppen erstellen Protokolle über ihre Sitzungen, die den Aktiven über die Data-Cloud zugänglich sind. Alle Interessierten können sich zudem über die Organisation im öffentlichen Bereich des Wikis informieren (wiki.econgood.org). Aktive, mit einem ECONGOOD Account können auch auf den internen Bereich des Wiki zugreifen.

Die Mitglieder und besonders die Aktiven sind sich der demokratischen Strukturen der Organisation bewusst. Dies wurde durch die Einführung der soziokratischen Kreisstruktur noch intensiviert.

In einem redaktionellen Beitrag mit dem Titel «Die Achse der Autokraten – Sind wir bereit, für unsere Freiheitsrechte einzustehen und demokratische Werte zu verteidigen?» vom Mai 2025 wurde gezielt darauf eingegangen, warum demokratische Strukturen in vielen Ländern der Welt gefährdet sind und warum die Vision und die Konzepte und Ansätze der Gemeinwohl-Ökonomie einen positiven Beitrag für die Demokratie leistet (Link zu Beitrag).

Veröffentlichung geprüfter Berichte, wiederholte Berichtslegung

2024
Ja

Demokratische Strukturen im aktuellen Verhaltenskodex, Code of Conduct (CoC)

2024

Die Organisation bekennt sich zur aktiven Demokratie und den demokratischen Grundsätzen. Sie fordert gerade auf Gemeindeebene eine noch stärkere Einbindung der Bürger*innen in wichtige politische Prozesse. Die soziokratische Kreisstruktur basiert auf demokratischen Strukturen und ermöglicht Transparenz und aktive Mitwirkung.

Integration von Demokratieförderung in die berufliche Bildung

2024

Über das BNE-Portal bildung-fuer-morgen.ch unterstützt die Organisation auch die Demokratieförderung in der beruflichen Bildung.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Einführung der soziokratischen Kreisstruktur

Das soziokratische Kreisorganisationsmodell wurde im Berichtszeitraum 2023 angestossen und wird seit dem Jahr 2024 konsequent auf allen Ebenen umgesetzt.

BNE-Portal bildung-fuer-morgen.ch

Das Portal zur Förderung der Bildung für nachhaltige Entwicklung wurde im Oktober 2023 in Betrieb genommen. In den Kerninhalten werden die für die Organisation und darüber hinaus relevanten Nachhaltigkeits- und Gemeinwohl-Themen im Blended Learning Format mit Präsentationen und Videos zu je 20 Minuten kostenlos angeboten ([Link](#)).

Verbesserungspotenziale/Ziele

Soziokratische Kreisstruktur

Das soziokratische Kreisorganisationsmodell braucht viel Übung und Praxis. Den Prozess gilt es in 2025 und den Folgejahren noch effizienter und wirkungsvoller zu gestalten.

Selbsteinschätzung



Erfahren

Die Organisation berichtet systematisch über ihre Aktivitäten gemäss ihrer Transparenzstrategie und ihres organisationsweiten Verhaltenskodex. Extern geprüfte Berichtslegungen wurden durchgeführt und werden evaluiert, um die Transparenzstrategie weiter zu verbessern. Massnahmen zur Demokratiebildung für direkte Berührungsgruppen sind etabliert, eventuell sind Projekte für indirekte Berührungsgruppen geplant. Die Ergebnisse der umgesetzten Massnahmen werden analysiert und dienen als Basis für die Weiterentwicklung der Transparenzstrategie und Demokratiebildung.

Bewertung: Stufe «**Erfahren**» 50% (Erstbilanzierung 2021: 30%). Aussagekräftige Jahresberichte, quartalsweise Newsletter und über Social Media werden laufend weitere Informationen zur Organisation veröffentlicht. Dieser Gemeinwohl-Bericht ist bereits der zweite nach 2021. Die Jahresberichte werden zwar nicht extern geprüft; es gibt aber intern mehrere Stellen, die an der Überprüfung beteiligt sind. Die Mitgliederversammlung bestätigt den Vorstandsbericht und die Jahresrechnung.

E4.2 Gesellschaftliche Mitentscheidung

Berichtsfragen

Wie können Menschen und Organisationen in den Dialog treten und an einem offenen, macht- und sanktionsfreien Austausch von Argumenten teilnehmen?

Wie stellt die Organisation sicher, dass die berechtigten Interessen von Berührungsgruppen berücksichtigt werden, die keine (Geschäfts-)Verträge mit der Organisation haben?

Welche Anstrengungen unternimmt die Organisation, um demokratische Strukturen mit dem Ziel der weltweiten Achtung der Menschenrechte zu fördern?

Für EConGOOD Switzerland ist es sehr wichtig, dass Bürger*innen mit ihr in Kontakt treten und sich an einem offenen und ehrlichen Argumentationsaustausch beteiligen. Die Organisation versteht sich als ergebnisoffener Prozess, der primär von den Aktiven und den Mitgliedern aber auch von allen weiteren interessierten Stakeholder-Gruppen vertreten und weiterentwickelt wird.

Über die Regionalgruppen-Treffen sowie auf Veranstaltungen besteht für alle Interessierten die Möglichkeit, einfach und unkompliziert mit der Organisation in Kontakt zu kommen. Anfragen an Mitglieder des Vorstands, Mitglieder der sozioraktischen Kreise und die Koordinator*innen der Regionalgruppen sind per Mail möglich.

Die meisten der Regionalgruppen-Treffen und damit auch wichtige Anfragen werden in Protokollen dokumentiert. Mit den Netzwerkpartnern finden zudem weitere Gespräche, meist auf regionaler Basis, statt. Der Vorstand von EConGOOD Switzerland versucht frühzeitig, pro-aktiv zu erfassen, welche Anliegen, Herausforderungen und Strömungen für die Schweizer Gesellschaft und die Wirtschaft relevant sind und bearbeitet diese, etwa in den themenspezifischen Kreisen.

Verfahren zur Mitentscheidung der Berührungsgruppen über gesetzliche Beteiligungsrechte hinaus

2024

Soziokratische Kreisstruktur mit Konsentfindung bei wichtigen Entscheidungen.

Infrastruktur für Dialog (z.B. Ethikforum, Ethikkommission) vorhanden?

2024

Ja

Soziokratische Kreisstruktur mit Konsentfindung bei wichtigen Entscheidungen + Dialogkultur nach Bohm.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Future Economy Dialogue

Im Berichtszeitraum wurde als Reaktion auf den klassischen Wirtschaftsverband *economiesuisse* und deren mitinitiierten Webauftritt *perspektiveschweiz.ch*, die Nachhaltigkeitsbestrebungen in der Schweiz nur zögerlich unterstützen und gavierende Reformen ausbremsen von Organisationen in der Schweiz der *Future Economy Dialogue* gegründet. Mitwirkende sind EConGOOD Switzerland, B Lab, Der Gewerbeverein, Sens Suisse, Après GE/VD, Purpose, Ashoka, die Plattform AGENDA 2030, öbu - der Verband für nachhaltiges Wirtschaften und einige Impact Hubs in der Schweiz.

Selbsteinschätzung



Vorbildlich

Die Organisation verfügt über eine institutionalisierte Form der Mitbestimmung bei operativen und grundlegenden Entscheidungen. Die Organisation teilt ihre Erfahrungen und methodischen Ansätze zur Beteiligung im Sektor und unterstützt Partnerorganisationen beim Aufbau ihrer Beteiligungsstrukturen. Sie übernimmt Verantwortung über ihren direkten Einfluss hinaus und integriert Interessen indirekt betroffener Stakeholder in ihre Strategien und Pläne. Über ihre direkte Verantwortung hinaus trägt die Organisation auf gesellschaftlicher und politischer Ebene zum Aufbau

demokratischer Strukturen zur Förderung der Menschenrechte und der Rechte indirekt betroffener Berührungsgruppen bei.

Stufe «Vorbildlich» 70% (Erstbilanzierung 2021: 50%). Es besteht eine institutionalisierte Infrastruktur des Dialogs und des offenen Austauschs von Argumenten. Entscheidungen werden bei Widerständen über den Konsent der soziokratischen Kreisstruktur getroffen. EConGOOD Switzerland geht aktiv auf Kooperations- und potenzielle Netzwerkpartner zu; dies soll weiter ausgebaut werden.

E4.3 Negativaspekt: Intransparenz und gezielte Falschinformation

<p>Berichtsfragen</p> <p>Wird die Organisation ihren eigenen Standards (z. B. Verhaltenskodex, Transparenz, Mitentscheidung) in der Praxis gerecht?</p> <p>Werden Fehlinformationen verbreitet?</p> <p>Werden die neuesten Erkenntnisse der Wissenschaft berücksichtigt?</p> <p>Ist der Einsatz von Technologie (z. B. künstliche Intelligenz, Biotechnologie) transparent und wird klargestellt, welche Entscheidungen technologiegestützt oder technologiebasiert sind?</p> <p>Gibt es Anzeichen für eine strukturelle Benachteiligung mittelbarer und unmittelbarer Berührungsgruppen?</p> <p>Ist die Organisation transparent hinsichtlich der wissenschaftlichen, politischen, wirtschaftlichen und religiösen Informationsquellen, die sie nutzt, und der Werte, die sie fördert?</p>	<p>EConGOOD Switzerland bestätigt, keine bewusste Intransparenz zu fördern und keine Fehlinformationen zu verbreiten. Ihr ist bekannt, dass das Gedankengut und die integralen Konzeptansätze der Organisation noch nicht dem Mainstream entsprechen und deshalb noch diverse Widersprüche erzeugen. Technologiegestützte Entscheidungen werden nicht genutzt. Künstliche Intelligenz, beispielsweise ChatGPT, kommt in Projektgruppen zum Einsatz und wird kenntlich gemacht. Anzeichen für eine strukturelle Benachteiligung mittelbarer und unmittelbarer Berührungsgruppen gibt es nicht. Die Organisation ist transparent hinsichtlich der wissenschaftlichen, politischen, wirtschaftlichen und religiösen Informationsquellen, die sie nutzt, und der Werte, die sie fördert.</p>
<p>Gerichtliche Verfahren gegen die Organisation</p>	<p>2024</p> <p>Es gibt keine gerichtlichen Verfahren gegen den Verein EConGOOD Switzerland.</p>
<p>Konformität mit der Transparenzstrategie der Organisation</p>	<p>2024</p> <p>Es gibt keine besondere Transparenzstrategie der Organisation. Transparenz selbst ist aber ein grundlegender Wert der Gemeinwohl-Ökonomie. Dieser wird durch die soziokratische Kreisstruktur besonders gefördert. Ausserdem nutzen wir in allen Kreisen, Projekten und Gremien die Data-Cloud und das interne Wiki um Informationen für alle Aktiven zur Verfügung zu stellen.</p>
<p>Selbsteinschätzung</p>	<p>0 Minuspunkte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nicht zutreffend

Ausblick

Kurzfristige Ziele

Aus Gründen der Übersichtlichkeit wurden die kurzfristigen Ziele und die festgelegten Verbesserungs-Massnahmen bereit unter *Das Unternehmen und das Gemeinwohl* dargestellt.

Langfristige Ziele

Aus Gründen der Übersichtlichkeit wurden die langfristigen Ziele und die festgelegten Verbesserungs-Massnahmen bereit unter *Das Unternehmen und das Gemeinwohl* dargestellt.

EU-Konformität

Unterliegen Sie der
Berichtspflicht gemäss CSRD?

Nein.

Berichten Sie freiwillig nach
dem ESRS VSME-Standard?

Ja. VSME-Berichte haben wir bislang keine erstellt - mit Ausnahme des Gemeinwohl-Berichts 2021.

Berichten Sie nach der CSDDD?

Nein.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Wer war bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz/ dem GWÖ-Bericht im Unternehmen involviert?
Welche Stakeholder waren involviert? (Name, Position/Verbindung zum Unternehmen)

Dieser Gemeinwohl-Bericht stellt eine Überarbeitung des Berichts 2021 (Verfasser Ralf Nacke) - nunmehr nach der Matrix 5.1 dar.

Im 2. Halbjahr 2024 haben Niklas Schuler (angehender EConGOOD-Berater) und Priska Sennhauser (Mitglied im Vorstand) bereits an einer Überarbeitung im Rahmen der angestrebten Rebilanzierung gearbeitet - jedoch noch nach der Matrix 5.0. Im Juni 2025 hat Ralf Nacke, zertifizierter EConGOOD-Berater den Bericht auf Basis der Matrix 5.1 noch einmal komplett überarbeitet und in das Digitaltool goodbalancer gebracht. Zugleich wurden die weiteren EConGOOD-Berater*innen Monika Keller (Mitglied im Vorstand) und Thomas Schanz (Geschäftsstelle) sowie Niklas Schuler eingeladen, die neue Fassung durchzusehen und allfällige Änderungen und Ergänzungen vorzunehmen. Am 07.07.25 fand dazu ein Zoom-Meeting mit konkreter Aufgabenzuweisung statt. Die jetzige Fassung des Gemeinwohl-Berichts wurde am 03.09.2025 erstellt.

Weiteres Vorgehen: Der neue Gemeinwohl-Bericht 2025 für den Berichtszeitraum 2023/24 wurde als Entwurf an den Vorstand weitergeleitet. Nach dessen Freigabe wurde die finale Version fertiggestellt.

Ansprechpartner für die Gemeinwohl-Bilanz von EConGOOD Switzerland: Dr. Ralf Nacke, Sprecher EConGOOD Switzerland, ralf.nacke@econgond.org.

Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?

100 Stunden
Schätzung

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

Noch offen

Anhang

Anhang 1: Anmerkungen zu Angaben im GWB-Rechner

A Lieferant*innen

B Eigentümer*innen, Eigenkapital- und Finanzpartner*innen

C Mitarbeitende und Arbeitspartner*innen

Durchschnittlicher Arbeitsweg
der Mitarbeitenden

Homeoffice

Gibt es eine Kantine für die
Mehrheit der Mitarbeitenden

Es gibt keine Mitarbeitenden - bis auf die eine vorübergehende Teilzeitkraft im Bereich Bildung.

D Kund*innen und Geschäftspartner*innen

E Globale Gemeinschaft, Natur und Lebewesen

Anhang 2: Beitrag zu den Sustainable Development Goals (SDGs)

Erstellt am: 03.09.2025

Firmenname: EConGOOD Switzerland

Berichtszeitraum: 01.01.2023 bis 31.12.2024

Vollständigkeit (Anteil der ausgefüllten Selbsteinschätzungen): 98 %

Über die Sustainable Development Goals

Die Vereinten Nationen haben *17 Ziele für nachhaltige Entwicklung* (Sustainable Development Goals, kurz SDGs) verabschiedet, um bis 2030 den globalen ökonomischen, ökologischen und sozialen Herausforderungen zu begegnen. Mitgliedsstaaten sind aufgefordert, ihr Handeln an den SDGs auszurichten und anhand eines detaillierten Indikatorensets über ihre Fortschritte öffentlich Bericht zu erstatten.

Durch die Auseinandersetzung mit den SDGs tragen auch Unternehmen entscheidend zu ihrer Erreichung bei. Die unternehmerischen Einflussmöglichkeiten unterscheiden sich dabei je nach Geografie, Branche, Grösse und Selbstverständnis, sodass nicht alle SDGs im gleichen Ausmass von Unternehmen beeinflusst werden können.

Über die Verknüpfung der SDGs mit der Gemeinwohl-Ökonomie

Da sich die SDGs und die Gemeinwohl-Ökonomie an einer nachhaltigen Entwicklung orientieren, trägt die Ausrichtung an den angestrebten Unternehmenspraktiken in der Gemeinwohl-Matrix auch zur Erreichung der SDGs bei. Der Gemeinwohl-Bericht kann daher als konkreter Ansatz zur Umsetzung und Messung des eigenen Wertbeitrages zu den SDGs betrachtet werden.

Die folgende Übersicht zeigt den Wertbeitrag der Organisation zu einzelnen SDGs, basierend auf der Selbsteinschätzung der Organisation in den entsprechenden Aspekten der Gemeinwohl-Bilanz. Je höher die durchschnittliche Selbsteinschätzung, desto grösser ist der positiver Einfluss auf das entsprechende SDG. Dabei gehen Minuspunkte nicht in die Berechnung ein und der positive Einfluss ist in diesen Fällen inhaltlich zu hinterfragen. Diese Berechnung stellt in keiner Form eine offizielle Einschätzung oder Beurteilung durch die UN dar.

	SDG 1 Armut in all ihren Formen und überall beenden	WERTBEITRAG 46 %
	SDG 2 Den Hunger beenden, Ernährungssicherheit und eine bessere Ernährung erreichen und eine nachhaltige Landwirtschaft fördern	WERTBEITRAG 47 %
	SDG 3 Ein gesundes Leben für alle Menschen jeden Alters gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern	WERTBEITRAG 66 %
	SDG 4 Inklusive, gleichberechtigte und hochwertige Bildung gewährleisten und Möglichkeiten des lebenslangen Lernens für alle fördern	WERTBEITRAG 60 %
	SDG 5 Geschlechtergleichstellung erreichen und alle Frauen und Mädchen zur Selbstbestimmung befähigen	WERTBEITRAG 56 %
	SDG 6 Verfügbarkeit und nachhaltige Bewirtschaftung von Wasser und Sanitärversorgung für alle gewährleisten	WERTBEITRAG 66 %
	SDG 7 Zugang zu bezahlbarer, verlässlicher, nachhaltiger und moderner Energie für alle sichern	WERTBEITRAG 74 %
	SDG 8 Dauerhaftes, breitenwirksames und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle fördern	WERTBEITRAG 64 %
	SDG 9 Eine widerstandsfähige Infrastruktur aufbauen, breitenwirksame und nachhaltige Industrialisierung fördern und Innovationen unterstützen	WERTBEITRAG 72 %
	SDG 10 Ungleichheit in und zwischen Ländern verringern	WERTBEITRAG 72 %



SDG 11 | Städte und Siedlungen inklusiv, sicher, widerstandsfähig und nachhaltig gestalten

WERTBEITRAG

74 %



SDG 12 | Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen

WERTBEITRAG

71 %



SDG 13 | Umgehend Massnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen

WERTBEITRAG

74 %



SDG 14 | Ozeane, Meere und Meeresressourcen im Sinne nachhaltiger Entwicklung erhalten und nachhaltig nutzen

WERTBEITRAG

74 %



SDG 15 | Landökosysteme schützen, wiederherstellen und ihre nachhaltige Nutzung fördern, Wälder nachhaltig bewirtschaften, Wüstenbildung bekämpfen, Bodendegradation beenden und umkehren und dem Verlust der biologischen Vielfalt ein Ende setzen

WERTBEITRAG

74 %



SDG 16 | Friedliche und inklusive Gesellschaften für eine nachhaltige Entwicklung fördern, allen Menschen Zugang zur Justiz ermöglichen und leistungsfähige, rechenschaftspflichtige und inklusive Institutionen auf allen Ebenen aufbauen

WERTBEITRAG

79 %



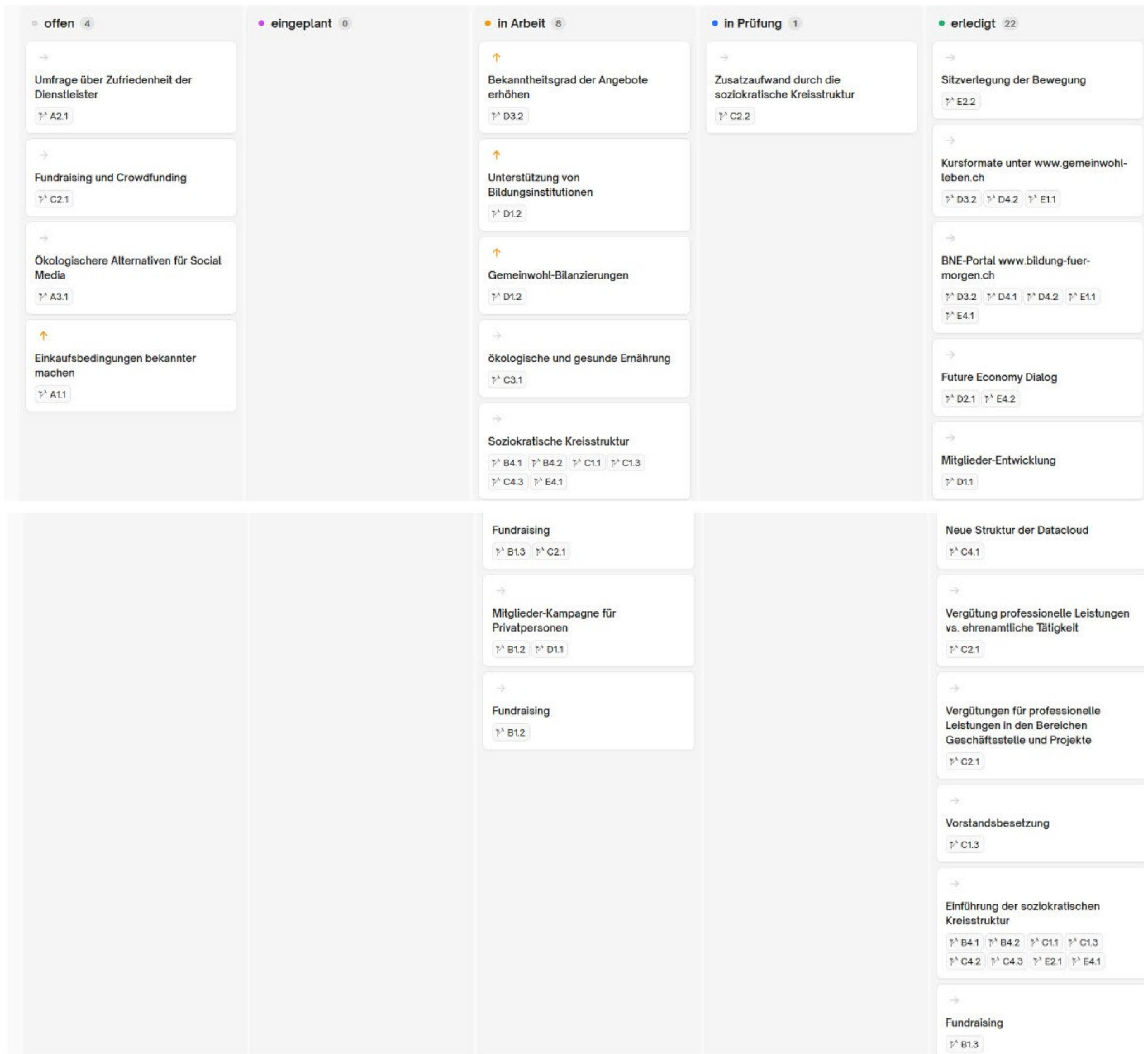
SDG 17 | Umsetzungsmittel stärken und die Globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung mit neuem Leben erfüllen

WERTBEITRAG

61 %

Anhang 3: Board Verbesserungs-Massnahmen

Die Verbesserungs-Massnahmen finden sich bei den einzelnen Kriterien. In dem Board sind sie zusammengefasst. Vier Massnahmen sind offen, sechs Massnahmen in Arbeit, eine Massnahme noch in Prüfung und 22 Massnahmen sind bereits erledigt (im Berichtszeitraum 2023/24 sowie 2025).



In dem vorstehenden Board bei erledigten Massnahmen nicht dargestellt sind: Fundraising für Projekte (B1.2), Anteil Gemeinwohl-Unternehmen (A4.2), Vergütung professionelle Strukturen (A4.1), Social Media Nutzung für Werbung (A3.1), Anteil der Dienstleistungs- und Projektpartner (A2.2), Vergütungsregelungen (A4.1), Einkaufsbedingungen (A2.2, A3.1), Einkaufsrichtlinien (A2.1), Einkaufsbedingungen mit Nachhaltigkeitsanforderungen 2020 (A1.1).

Anhang 4: Liste der Anlagen und Referenzen

Unternehmenslogo EConGOOD_CH.jpg

GWÖ-Mitgliedschaft

EConGOOD Switzerland

Falkenplatz 11
3012 Bern

Verantwortliche Person: Ralf Nacke

Vollbilanz nach Gemeinwohl-Matrix 5.1

Berichtszeitraum: 01.01.2023 bis 31.12.2024

Erstellungsdatum: 03.09.2025

Dieser Bericht wurde in goodbalancer erstellt
goodbalancer.org

