

# COMMONS-ORIENTIERTE GRÜNDUNG MIT DEM ECOGOOD BUSINESS CANVAS

Hartmut Schäfer, Kraft im Wandel, Lörrach

anlässlich des Symposiums Lokale Ökonomie & Commons  
05. Mai 2023, 15 - 15:45 Uhr

*online  
session*

# Über mich ...



**Hartmut Schäfer, Dr.-Ing.**  
[hartmut.schaefer@ecogood.org](mailto:hartmut.schaefer@ecogood.org)

- Berater für Gemeinwohl-Ökonomie und Mitentwickler des Ecogood Business Canvas
- Mentor und Coach für Unternehmen im Wandel, Soziokratie, Design Thinking und agile Methoden
- 30 Jahre Erfahrung in Logistikmanagement, Strategie-, Geschäfts- und Organisationsentwicklung
- Mitgründer von [fairNETZt Lörrach](#) und [Kraft im Wandel](#)

Erdüberlastungst  
Stehen mit der E



## LEITFRAGE

Kann das Ecogood Business Canvas der  
Gemeinwohl-Ökonomie die Gründung im Sinne  
des Commoning unterstützen?



## LEITFRAGE

Kann das Ecogood Business Canvas der  
Gemeinwohl-Ökonomie die Gründung im Sinne  
des Commoning unterstützen?

Teil 1:

Was meint „Gründung im Sinne des Commoning“?

Teil 2:

Was kann das Ecogood Business Canvas?

Teil 3:

Conclusio







**Was zeichnet einen Coworking Space aus, der im Sinne des Commonings gegründet wird?**

Photo by [myHQ Workspaces](#) auf [Unsplash](#)





# Einhörner gibt es viele ...

**UBER**



**NETFLIX**



**TESLA**



**wework**







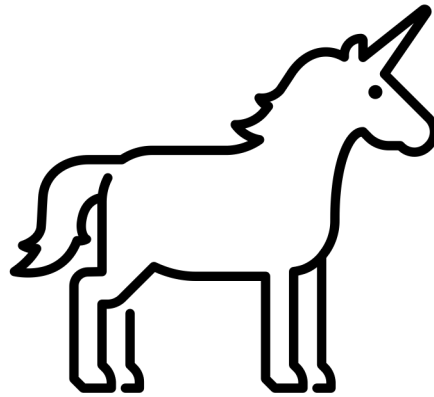


# Von der Profitmaximierung zur Wirkungsorientierung

Produzieren Güter und Dienstleistungen, für die ein Kunde bezahlen wird

Sind auf den Markt ausgerichtet

Der Leistungsmaßstab ist Gewinn und Wachstum



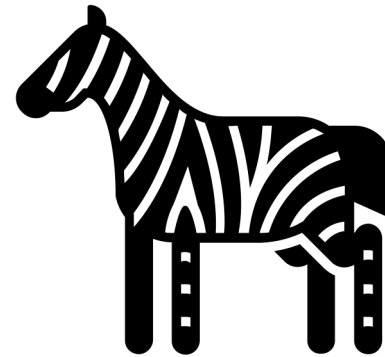
**Individualistische Vision**

Streben danach, die Bedürfnisse der Kunden zu befriedigen und das Potenzial des Unternehmens zu erweitern

Produzieren Güter und Dienstleistungen, die Menschen und/oder Umwelt benötigen

Konzentrieren sich auf die Suche nach Lösungen für soziale und/oder ökologische Probleme

Der Leistungsmaßstab ist die soziale und/oder ökologische Wirkung



**Gemeinschaftliche Vision**

Streben danach, die Umwelt zu schützen sowie sozial gefährdete Menschen zu respektieren & ihre Besserung zu fördern



# ... wir brauchen mehr Zebras





## LEITFRAGE

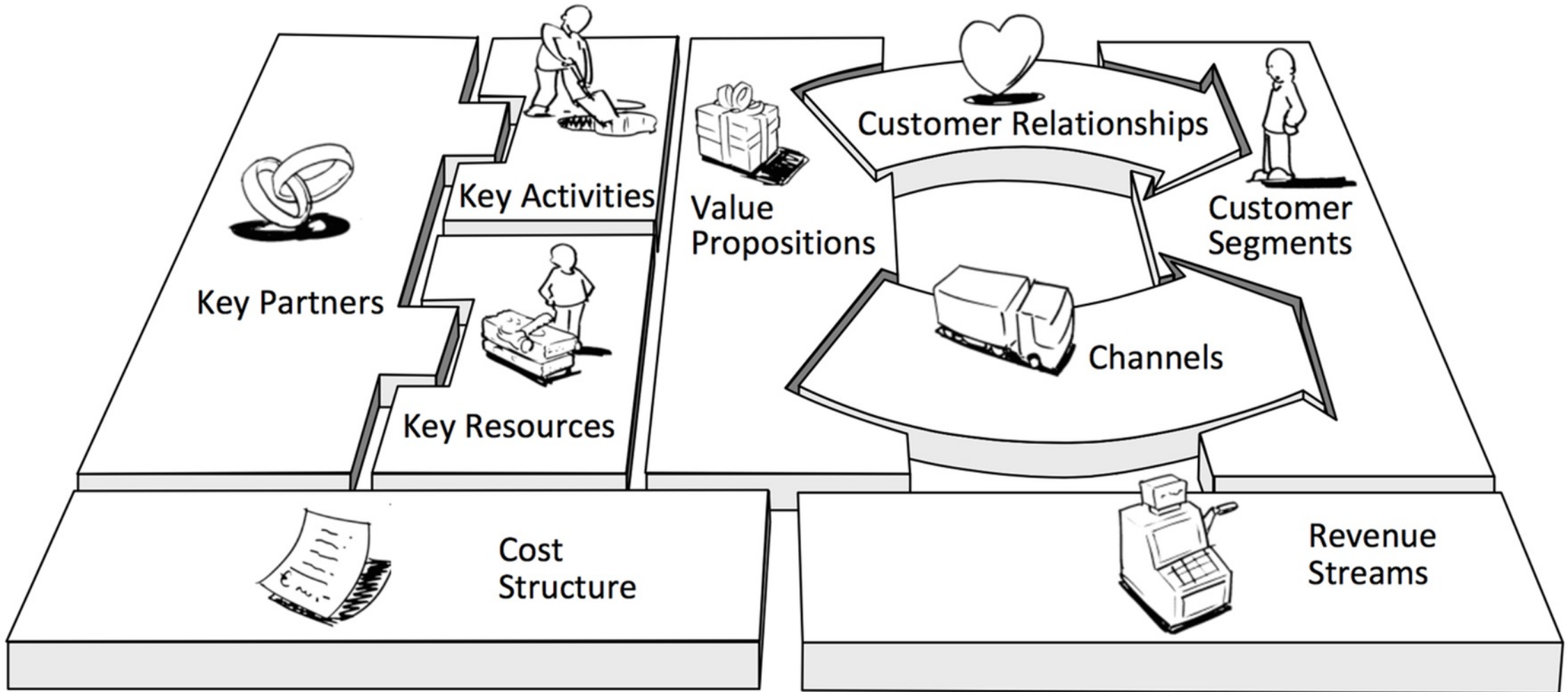
Kann das Ecogood Business Canvas der  
Gemeinwohl-Ökonomie die Gründung im Sinne  
des Commoning unterstützen?

Teil 2:

Was kann das Ecogood Business Canvas?



# Das Business Model Canvas





# An diesen Werten richtet sich die Gemeinwohl-Ökonomie aus – durch & durch



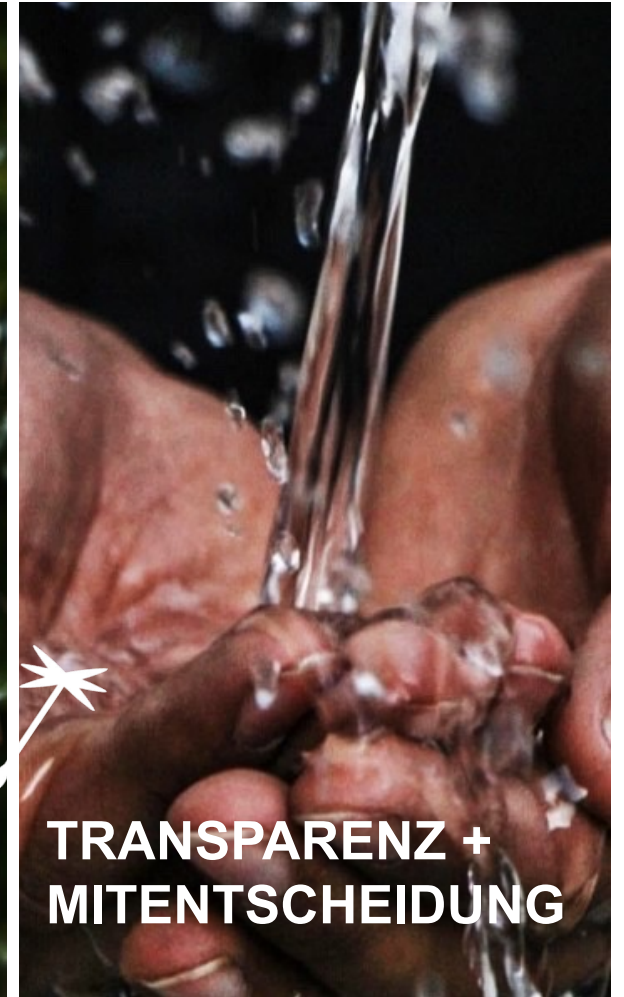
**MENSCHEN-  
WÜRDE**



**SOLIDARITÄT +  
GERECHTIGKEIT**



**ÖKOLOGISCHE  
NACHHALTIGKEIT**



**TRANSPARENZ +  
MITENTSCHEIDUNG**



# Das Herzstück der GWÖ: Die Matrix

## Wie leben wir die Werte gegenüber unseren Berührungsgruppen?

### GEMEINWOHL-MATRIX 5.0



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



Alle Elemente der Matrix sind auf unserer Webseite erläutert





# Das Herzstück der GWÖ: Die Matrix

## Wie leben wir die Werte gegenüber unseren Berührungsgruppen?



### TESTAT : PEER EVALUIERUNG

**GEMEINWOHL-BILANZ** 2014/15 für Quartiermeister GbR  
BegleiterIn Urte Töpfer / Anne Berg



WERT BERÜHRUNGSGRUPPE	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Demokratische Mitbestimmung & Transparenz
A) LieferantInnen	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement				70 %
B) GeldgeberInnen	B1: Ethisches Finanzmanagement				70 %
C) MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung 60 %	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit 50 %	C3: Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen 60 %	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens 70 %	C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz 70 %
D) KundInnen / Produkte / Dienstleistungen / Mitunternehmen	D1: Ethische Kundenbeziehung 80 %	D2: Solidarität mit Mitunternehmen 50 %	D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen 60 %	D4: Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen 60 %	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards 60 %
E) Gesellschaftliches Umfeld: Region, Souverän, zukünftige Generationen, Zivilgesellschaft, Mitmenschen und Natur	E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / DL 70 %	E2: Beitrag zum Gemeinwesen 80 %	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen 50 %	E4: Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung 100 %	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung 80 %
<b>Negativ-Kriterien</b>	Verletzung der ILO-Arbeitsnormen/ Menschenrechte: 0 Menschenunwürdige Produkte, z.B. Tretminen, Atomstrom, GMO: 0 Beschaffung bei / Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen: 0	Feindliche Übernahme: 0 Sperrpatente: 0 Dumpingpreise: 0	Illegitime Umweltbelastungen: 0 Verstöße gegen Umweltauflagen: 0 Geplante Obsoleszenz (kurze Lebensdauer der Produkte): 0	Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens: 0 Arbeitsplatzabbau oder Standort-verlagerung bei Gewinn: 0 Umgehung der Steuerpflicht: 0 Unangemessene Verzinsung für nicht mitarbeitenden Gesellschafter: 0	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Töchter: 0 Verhinderung eines Betriebsrats: 0 Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbies / Eintragung in das EU-Lobbyregister: 0 Exzessive Einkommensspreizung: 0

Mit diesem Testat wird die Peer-Evaluierung des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Matrix 4.1. Nähere Informationen zur Matrix, den Indikatoren und dem Audit-System finden Sie auf [www.gemeinwohl-oekonomie.org](http://www.gemeinwohl-oekonomie.org)

Testat gültig bis 31.12.2017 **BILANZSUMME 665**

Alle Elemente der Matrix sind auf unserer Webseite erläutert



# Das Ecogood Business Canvas

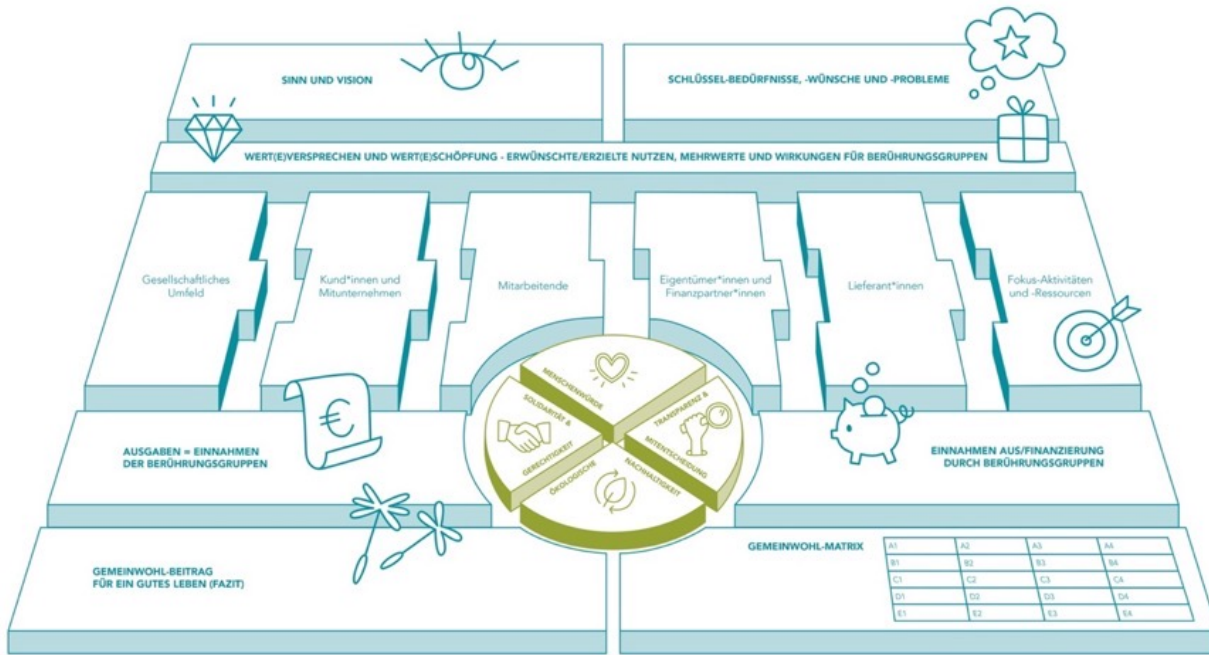


Illustration Ecogood Business Canvas der Gemeinwohl-Ökonomie, März 2022


- Gemeinwohl & das Gute Leben für Alle als oberste Prämisse
- Basierend auf einer Bewegung: Die Gemeinwohl-Ökonomie als neue Wirtschaftsordnung
- Basierend auf Universal-Werten und entlang aller Berührungsgruppen
- Hinführend zur Gemeinwohl-Bilanz
- CC BY SA - Creative Commons



# Canvas mit Leitfragen und begleitender Leitfaden

Organisation

## ECOGOOD BUSINESS CANVAS





GEMEINWOHL  
ÖKONOMIE  
Ein Wirtschaftsmodell mit Zukunft

### Sinn und Vision

- Was ist der Sinn unserer Organisation als gemeinwohl-orientierte Organisation?
- Welche positiven gesellschaftlichen Wirkungen haben unsere Produkte und Dienstleistungen?
- Welche kraftvolle Vision (nach innen und außen) haben wir von uns als gemeinwohl-orientierte Organisation?

### Schlüssel-Bedürfnisse, -Wünsche und -Probleme

- Welche Schlüssel-Bedürfnisse, -Wünsche bzw. -Probleme unserer Berührungsgruppen befriedigen wir, erfüllen wir bzw. lösen wir? (Hinweis: nicht notwendig für jede Berührungsgruppe)
- Welche positiven wirtschaftlichen, sozialen, ökologischen Ergebnisse und Zustände möchten unsere Berührungsgruppen gerne erreichen?

 **Wert(e)versprechen und Wert(e)schöpfung - erwünschte/erzielte Nutzen, Mehrwerte und Wirkungen für Berührungsgruppen** 

#### Gesellschaftliches Umfeld

- Wie stiften wir durch unsere gemeinwohlorientierte Arbeit und durch das Umsetzen der vier Wertesäulen der Gemeinwohl-Ökonomie einen Nutzen/Mehrwert für unsere Berührungsgruppen?
- Wie machen wir das konkret, und wie arbeiten wir dabei mit den Berührungsgruppen zusammen?
- Welche konkreten Wirkungen möchten wir für uns selbst erzielen und für die Berührungsgruppen anstoßen?
- Welche der in Schritt 1b formulierten Schlüssel-Bedürfnisse/-Wünsche/-Probleme werden beantwortet?

#### Kund\*innen und Mitunternehmer

- Wie stiften wir durch unsere gemeinwohlorientierte Arbeit und durch das Umsetzen der vier Wertesäulen der Gemeinwohl-Ökonomie einen Nutzen/Mehrwert für unsere Berührungsgruppen?
- Wie machen wir das konkret, und wie arbeiten wir dabei mit den Berührungsgruppen zusammen?
- Welche konkreten Wirkungen möchten wir für uns selbst erzielen und für die Berührungsgruppen anstoßen?
- Welche der in Schritt 1b formulierten Schlüssel-Bedürfnisse/-Wünsche/-Probleme werden beantwortet?

#### Mitarbeitende

- Wie stiften wir durch unsere gemeinwohlorientierte Arbeit und durch das Umsetzen der vier Wertesäulen der Gemeinwohl-Ökonomie einen Nutzen/Mehrwert für unsere Berührungsgruppen?
- Wie machen wir das konkret, und wie arbeiten wir dabei mit den Berührungsgruppen zusammen?
- Welche konkreten Wirkungen möchten wir für uns selbst erzielen und für die Berührungsgruppen anstoßen?
- Welche der in Schritt 1b formulierten Schlüssel-Bedürfnisse/-Wünsche/-Probleme werden beantwortet?

#### Eigentüm\*innen und Finanzpartner\*innen

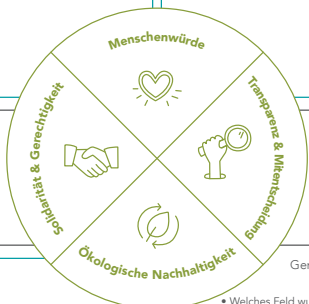
- Wie stiften wir durch unsere gemeinwohlorientierte Arbeit und durch das Umsetzen der vier Wertesäulen der Gemeinwohl-Ökonomie einen Nutzen/Mehrwert für unsere Berührungsgruppen?
- Wie machen wir das konkret, und wie arbeiten wir dabei mit den Berührungsgruppen zusammen?
- Welche konkreten Wirkungen möchten wir für uns selbst erzielen und für die Berührungsgruppen anstoßen?
- Welche der in Schritt 1b formulierten Schlüssel-Bedürfnisse/-Wünsche/-Probleme werden beantwortet?

#### Lieferant\*innen

- Wie stiften wir durch unsere gemeinwohlorientierte Arbeit und durch das Umsetzen der vier Wertesäulen der Gemeinwohl-Ökonomie einen Nutzen/Mehrwert für unsere Berührungsgruppen?
- Wie machen wir das konkret, und wie arbeiten wir dabei mit den Berührungsgruppen zusammen?
- Welche konkreten Wirkungen möchten wir für uns selbst erzielen und für die Berührungsgruppen anstoßen?
- Welche der in Schritt 1b formulierten Schlüssel-Bedürfnisse/-Wünsche/-Probleme werden beantwortet?

#### Fokus-Aktivitäten und -Ressourcen

- Welche sind – resultierend aus unseren Wert(e)versprechen – die wichtigsten Fokus-Aktivitäten und erforderlichen Fokus-Ressourcen für unsere Wert(e)schöpfungen?



### Ausgaben = Einnahmen der Berührungsgruppen

- Welche sind unsere fixen und variablen Ausgabenbereiche/Kostenarten?
- Wie sehen die Eckpunkte einer gemeinwohl-orientierten Kostengestaltung aus (Einkaufsleitlinie, Gehaltsleitlinie, Finanzierungsleitlinie, externe Kosten)?

### Einnahmen aus/Finanzierung durch Berührungsgruppen

- Aus welchen Einnahme-Bereichen/Ertrags-Arten erzielen wir Wertschöpfung?
- Wie sieht unsere gemeinwohl-orientierte Preisgestaltung aus?
- Wie sichern wir unsere finanzielle Unabhängigkeit mit unseren/durch unsere Berührungsgruppen?
- Welche Regel geben wir uns für den Fall, dass wir sehr gute Gewinne erzielen?

### Gemeinwohl-Beitrag für ein gutes Leben (Fazit)

- Welche Beiträge zum Gemeinwohl haben wir als die wichtigsten für unsere Organisation verstanden?
- Was war uns noch nicht bewusst und soll intensiviert werden?
- Was soll nicht (mehr) bearbeitet werden bzw. was unterlassen wir im Sinne des Gemeinwohls?

Gemeinwohl-Matrix				
A1	A2	A3	A4	
B1	B2	B3	B4	
C1	C2	C3	C4	
D1	D2	D3	D4	
E1	E2	E3	E4	

- Welches Feld wurde ausreichend erarbeitet? (Häkchen)
- Wo ist aktuell der größte Handlungsbedarf? (Ring)
- Welche Bereiche stehen aktuell nicht im Vordergrund? (leer)

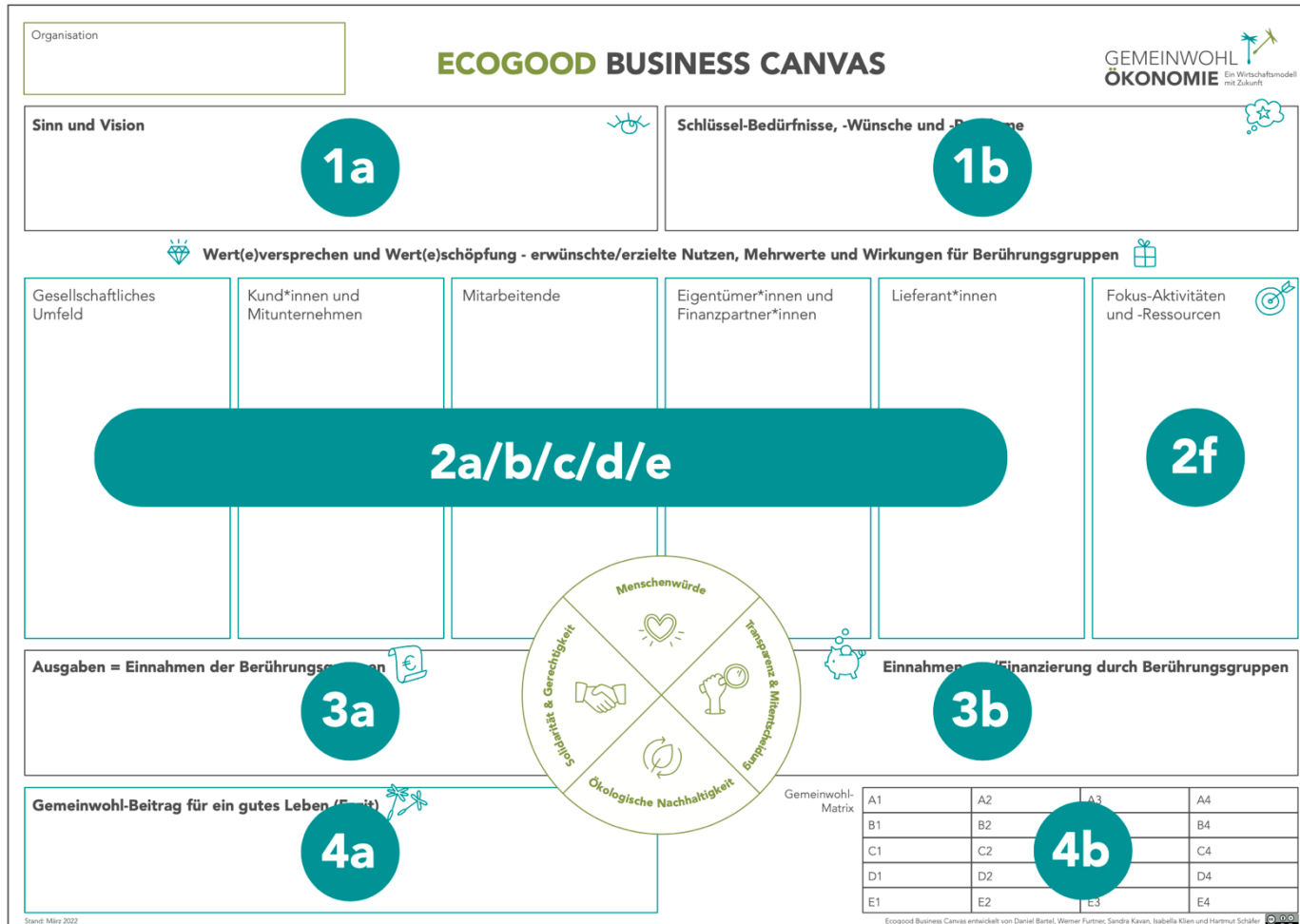


Leitfaden und Templates können von der [GWÖ-Webseite](#) geladen werden.





# Von der Struktur zum Prozess: Wie mit dem Ecogood Business Canvas arbeiten?



Von links oben nach rechts unten und in rekursiven Schleifen ...

- Ausgangspunkt: Sinn und Vision
- Bedürfnisse, Wünsche, Probleme aller Berührungsgruppen: Wo ist der Schlüssel?
- Wert(e)versprechen und -schöpfung für alle Berührungsgruppen
- Fokus – Fokus – Fokus ...
- Ausgaben, Einnahmen und Finanzierung durch die und mit den Berührungsgruppen
- Fazit: Unser Gemeinwohl-Beitrag
  - Welches sind die wichtigsten?
  - Was war uns nicht bewusst und soll intensiviert werden?
  - Was unterlassen wir im Sinne des Gemeinwohls?
- Cross-Check mit der Gemeinwohl-Matrix



# Anwendungsbeispiel: Coworking Space



- Begleiteter Tagesworkshop im Team
- Methodenmix & Iterationen
- Visionsreise
- (stille) Brainstormings zu Schlüssel-  
Bedürfnissen
- Gruppenarbeit zu Wert(e)versprechen,  
Einnahmen & Ausgaben
- Eisenhower-Matrix zum Fokussieren
- Pitch für den Beitrag zum Gemeinwohl



## LEITFRAGE

Kann das Ecogood Business Canvas der  
Gemeinwohl-Ökonomie die Gründung im Sinne  
des Commoning unterstützen?

Teil 3:  
Conclusio





# Wo gibt es mehr Informationen zum Ecogood Business Canvas?



Infoabend für  
Gründer\*innen:  
online, z.B.  
16.5., 18:30

Web-Seiten  
D-A-CH

GWÖ  
Berater\*innen

Workshop-  
Reihe für  
Gründer\*innen  
Mai/Juni 2023

Inputs zu  
(GWÖ-)  
Veranstalt-  
ungen

Entwicklungsteam:  
[canvas@ecogood.org](mailto:canvas@ecogood.org)



# HERZLICHEN DANK

[hartmut.schaefer@ecogood.org](mailto:hartmut.schaefer@ecogood.org)  
[www.ecogood.org](http://www.ecogood.org)

