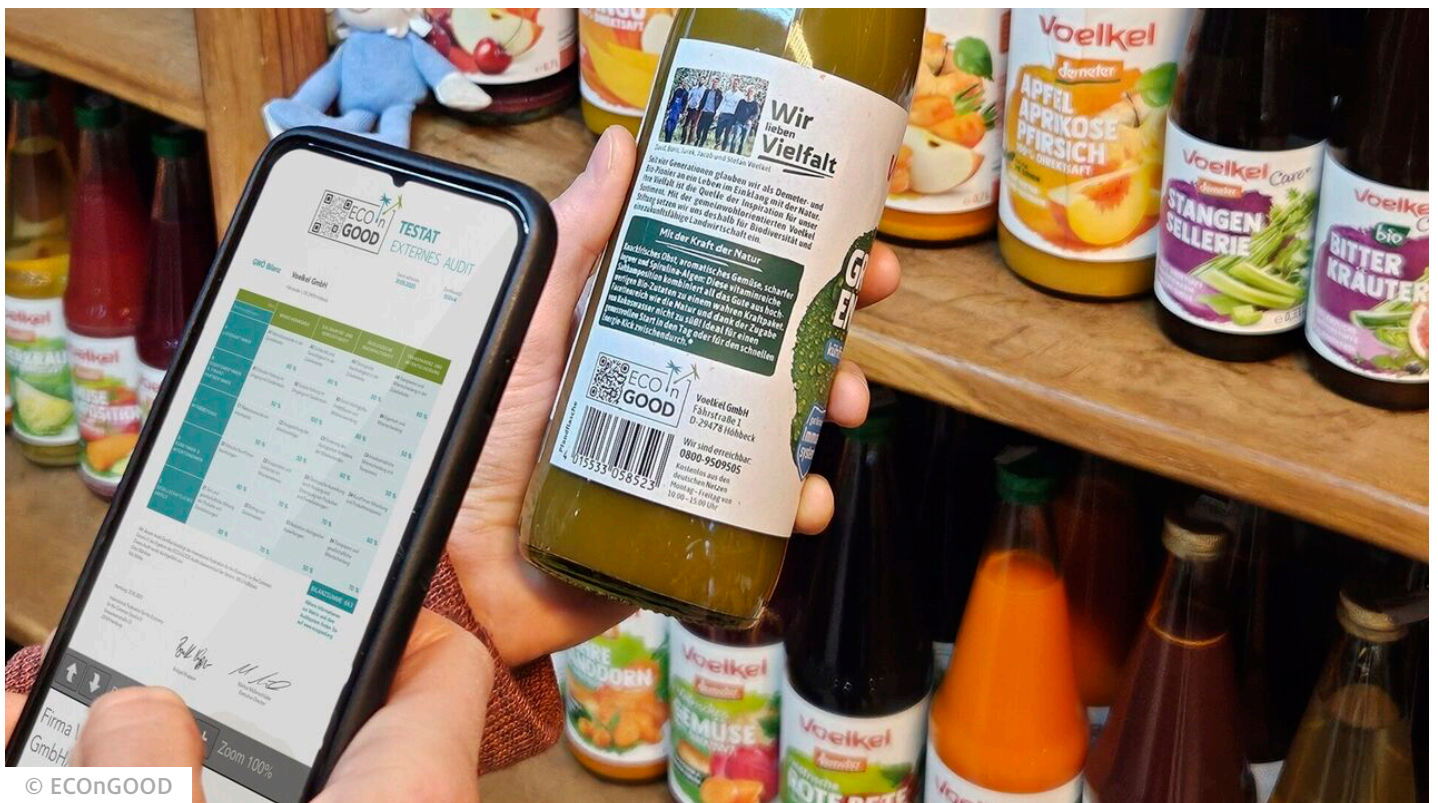


BioHandel

BH+ | „ECONGOOD“

Gemeinwohl-Ökonomie launcht ganzheitliches Nachhaltigkeitsiegel

Bisher ist es für Verbraucher schwer einzuschätzen, wie ökologisch, sozial und ethnisch vertretbar Unternehmen tatsächlich arbeiten. Das neue „ECONGOOD“-Label soll Nachhaltigkeit in seiner Gesamtheit nun erstmals vergleichbar machen.



Mit dem „ECONGOOD“-Label kann via QR-Code auf dem Endprodukt die Gemeinwohl-Bilanzierung des jeweiligen Herstellers abgerufen werden.

Im Rahmen der Biofach 2024 hat die Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ) das neue Nachhaltigkeitslabel „EConGOOD“ eingeführt. Mit dem Siegel sollen die sozialen, ökologischen und ethischen Auswirkungen der Aktivitäten von Unternehmen in ihrer Gesamtheit erstmals nebeneinander bemessen, bewertet und transparent vergleichbar gemacht werden. Basis dafür sind die jeweils zwei Jahre gültige Gemeinwohl-Bilanz und das entsprechende Ergebnis der Unternehmen, die Verbraucherinnen und Verbrauchern mithilfe eines QR-Codes auf den gelabelten Produkten einsehen können. Die Bewertung der Firmen soll ihnen helfen, ethisch motivierte Entscheidungen zu treffen.

Damit ein Unternehmen das Label tragen darf, muss ein aktuell gültiger, unabhängiger Auditbericht sowie ein daraus hervorgehendes positives Ergebnis bei der GWÖ-Bilanzierung vorliegen. Des Weiteren müssen teilnehmende Firmen in der Audit-Datenbank registriert und Mitglied in einem GWÖ-Verein sein. Die sogenannte Corporate Social Responsibility (CSR)-Prüfung unterliegt einer freiwilligen Selbstverpflichtung. Sie gibt neben der finanziellen Bilanz eines Unternehmens Auskunft darüber, welchen Einfluss Unternehmen und Organisationen auf das Gemeinwohl haben. Nach Aussagen der GWÖ decke die Prüfung gängige CSR-Berichtsstandards ab und gehe dabei deutlich darüber hinaus.

Neuer Ansatz für Nachhaltigkeitsberichte

Wie Daniela von Pfulstein, Referentin für Kommunikation bei der GWÖ, bei der „EConGOOD“-Vorstellung erklärte, verfolge das neue Siegel einen „komplett neuen Ansatz“, da es geht über bestehende Formate der Nachhaltigkeitsberichterstattung hinaus. „Damit beweisen wir, dass es sehr wohl möglich ist, faire und verantwortungsvolle Geschäftspraktiken zu fördern. Denn die tatsächlichen Auswirkungen des unternehmerischen Handelns und der Lieferketten werden richtig bewertet“, so von Pfulstein.

Damit könne das Label es dem Gesetzgeber ermöglichen, finanzielle Anreize wie Steuererleichterungen, Bevorzugung bei öffentlichen Ausschreibungen oder günstigere Kredite für gemeinwohl-orientierte Leistungen zu schaffen. Bestehende Rahmenwerke seien aktuell noch auf die reine Berichterstattung ausgerichtet und lassen jede ethnische Bewertung außen vor, heißt es in einer Pressemitteilung zum Launch des Labels, für dessen Etablierung ein Phase-in von zirka drei Jahren geplant ist.

„EConGOOD“ als einheitlicher Markenname

Wie die GWÖ auf der Pressekonferenz zum Siegel bekannt gab, werde sich die in 35 Ländern aktive und in nationalen Vereinen organisierte Bewegung sukzessive ebenfalls in „EConGOOD“ umbenennen. Den Anfang macht dabei im März 2024 die „International Federation for the Economy for the Common Good“. „Wir zollen damit der erfolgreich voranschreitenden Internationalisierung der Bewegung Rechnung und schaffen eine starke, international einheitliche Marke“, erklärt Bridget Knapper, Mitglied der Geschäftsführung des Verbandes. Der Name für das Modell der Gemeinwohl-Ökonomie bleibe bestehen, die Organisation erhalte aber einen neuen, zugänglicheren Namen für den internationalen Einsatz, so Knapper.

Bislang haben sich der Bewegung zufolge über 1.100 Unternehmen und Organisationen nach den Kriterien der GWÖ prüfen lassen. Dazu zählen auch deutsche Öko-Unternehmen wie beispielsweise We Tell, Sonnentor oder Voelkel.

Auch interessant: