

Gemeinwohl-Geschäfte

Inhaltsverzeichnis

Übersicht.....	1
Ausgangsprämissen.....	2
Geschäftsbereich Internetportal.....	2
Wer findet hier was?.....	2
A) Für Jedermann.....	2
B) Für Geschäftstreibende.....	3
Mögliche Ausbaustufen des Geschäftsportals.....	3
Geschäftsbereich „von Angesicht zu Angesicht“.....	3
Frei zugängliches Bildungsangebot.....	4
Was hat meine Firma davon wenn wir mitmachen?.....	4
Finanzierungsmodell.....	5
Anschubfinanzierung.....	5
Der laufende Betrieb nach der Errichtung.....	5
A) Internet-Portal.....	5
B) Von Angesicht zu Angesicht.....	5
Was wäre von wem zu machen?.....	6
Anmerkungen.....	7

Übersicht

Geschäfte und Geschäftstreibende aller Art, die sich an den Prinzipien von Nachhaltigkeit und Gemeinwohl orientieren, werden durch Vernetzung untereinander sowie öffentliche Empfehlung in ihrem Wirken gefördert. Privatpersonen werden motiviert, die Nachhaltigkeit durch entsprechendes Kaufverhalten zu unterstützen. Das Informationsangebot einer Stiftung bzw. eines Vereins (gemeinnützig) fördert die Nachhaltigkeit und Zukunftsfähigkeit im Sinne der Allgemeinbildung.

Das Konzept sieht einen Geschäftsbetrieb vor, der ein Online-Portal betreibt sowie Veranstaltungen organisiert bzw. durchführt. Anbieter können sich informieren und miteinander vernetzen; Suchende nach Produkten und Dienstleistungen mit ethischem, nachhaltigem Anspruch werden fündig: Die Bereitschaft, sich für etwas Gutes einzusetzen, sieht man z.B. bei Avaaz. Hier ist das ähnlich, nur unmittelbar wirtschaftlich ausgerichtet – Lustgewinn am eigenen Kaufverhalten!

Inklusion ist wichtig: Man muss Unternehmen und Konsumenten dort abholen wo sie momentan stehen, und in eine nachhaltigere Zukunft achtsam und respektvoll begleiten. Die Mitmach-Kriterien dürfen daher keine Hürde darstellen, die Unternehmen oder Menschen mit keimender Bereitschaft ausschließen. Die Motivation beruht nicht auf Ängste oder ein schlechtes Gewissen: Man fühlt sich besser da man aktuelle Bedürfnisse auf einer Weise befriedigt, die auch für die Zukunft sinnvoll ist.

Ausgangsprämissen

- Information statt Werbung, Kooperation statt Konkurrenz.
- Genügsamkeit statt "ewiges Wachstum" (*die Notwendigkeit geschickt verpacken*)
- Not for Profit: Die Trägerin des Betriebs ist gemeinnützig *orientiert*, eine Anerkennung als gemeinnützig vom Finanzamt ist nicht zu erwarten. Das Bildungsangebot wird über einen gemeinnützigen Verein / eine gemeinnützige Stiftung realisiert.
- Aber auch nicht ehrenamtlich: Statt Selbstaussbeutung im Ehrenamt wird hier ein selbsttragendes Geschäftsmodell präsentiert, das etwaige Überschüsse vorwiegend für die Bildungen spendet und in die Ausweitung des Betriebs investiert. Eine einmalige Anschubfinanzierung von ca. 750 T€ wird benötigt.

Geschäftsbereich Internetportal

Das Portal bringt Anbieter und Suchende zusammen. Es ist frei von Werbung und soll möglichst sachlich und dennoch spritzig sein, und hochgradig funktionell. Der laufende Betrieb finanziert sich durch Vermittlungsgebühren (Anbieter zahlen PPC).

Ganz zu Anfang sah das Konzept Gebühren für Anbieter und Suchende vor, denn beide haben einen Nutzen davon. Die finanzielle Analyse hat jedoch ergeben, dass die Einnahmen aus Suchanfragen von Privatpersonen sehr gering wären (sonst wären die Gebühren nicht zu vermitteln); vermutlich würden Gebühren viele Nutzungswillige abschrecken. Die Überlegungen sind im Anhang des Businessplans dokumentiert.

URL: gemeinwohl.online | gemeinwohl.market | **gemeinwohl.biz** (frei | frei | meins)

Wer findet hier was?

A) Für Jedermann

1. Suche nach Produkten

mit Weiterleitung zu den Anbietern. Bisherige solchartige Auftritte sind als *Empfehlungsportale* bekannt. Im Gegensatz dazu sollen hier jedoch keine Anzeigen blinken, und keine prominenten Stellen käuflich sein. Die Suchergebnisse richten sich ausschließlich nach der Relevanz zu den eingegebenen Suchkriterien (Produktart, Region, Nachhaltigkeit der Produktion, GWÖ-Bilanzwert usw.)

2. Suche nach Dienstleistungen

aller Art, vom Öko-Haarschneiden über Webdesign bis ethische Finanzberatung.

3. Suche nach Geschäftspartner-Menschen („Nachhaltige Jobbörse“)

Gründung & Zuarbeit – Projekt-Arbeit (Freiberufler), Joint-Ventures, Start-Ups...
Dienstleister-Partner können sich auf der Jobbörse automatisch mit Anbieter-Inserat listen lassen. Dienstleister- & Firmen-Partner können beliebige Biete- und Suche-Inserate schalten. In den Inseraten suchen kann jede/r (kostenlos); für Inserate nach Arbeitskräften gilt ein PPC-Modell (Pay per Click). Privatpersonen, die ein eigenes Konto anlegen, können nur die kostenlosen Geschäftsanbahnungsin-

serate aufgeben – die per PPC kostenpflichtige Suche nach Arbeitskräften bleibt unseren Partnern vorbehalten.

B) Für Geschäftstreibende

4. Suche nach Geschäftspartner-Unternehmen (B2B)

Lieferanten, Abnehmer, Weiterverarbeitung etc.

Auch diese Suche bleibt kostenfrei, denn sie fördert Regionalität und nachhaltige Wertschöpfungsketten.

Mögliche Ausbaustufen des Geschäftsportals

1. Multi-Shops

Start-Ups und kleinere Geschäfte, die noch keine eigene (überzeugende) Webshop haben, können eines vom Portalbetreiber anmieten und selbst gestalten und verwalten. Die Shops liegen auf Subdomains des Portals, z.B.

e-rad-muenchen.gemeinwohl.biz

Die Technologie für Multi-Shops soll eingekauft werden, z.B. von Magento.

2. Barter-Ring

Auch als [Kompensationsgeschäft](#) bekannt (siehe z.B. [DKG](#)). Teilnehmende Unternehmen und Dienstleister erhöhen durch Tauschgeschäfte bzw. Schöpfung von Barter-Euro ihre Liquidität, meiden Zinsen / Engpässe herkömmlicher Lieferantenkredite.

Der Autor verfügt über ein eigenes Konzept dazu, das er zu gegebener Zeit gerne als Diskussionsgrundlage bereitstellen würde. Da die Kosten für Zinsen im Schnitt ca. 30%, bei Mieten 60 – 80% der Endverbraucherpreise ausmachen, können durch selbst geschöpften Tauschmittel die Endpreise entlastet werden (und nebenbei die Umverteilung von Arm nach Reich reduziert).¹

Während B2B Barter mancherorts [gelobt](#) wird, fällt auf dass das [Blog der DKG](#) keine aktuelle Aktivität zeigt, während Pagadoo, 2007 gegründet, Ende 2012 [Konkurs](#) anmeldete. Daher Vorsicht! Eine Beratung durch einen der früheren Führungskräften von Pagadoo (z.B. [Winfried Albrecht](#)) wäre sehr hilfreich.

Geschäftsbereich „von Angesicht zu Angesicht“

Hierunter fällt, mit Ausnahme des Bildungsangebots, alles was nicht „anonym“ über das Portal abgewickelt wird – wo Menschen sich treffen und austauschen im weitesten Sinne. Regionalität ist hier impliziert und willkommen. Vorschläge für Aktivitäten:

- **Impulsvorträge** (möglichst von Mitgliedern; mit Besinnung, Diskussion), z.B.
 - Die Gemeinwohlökonomie – Theorie und Praxis
 - Der Wachstumswahn und ihre Folgen
 - Vom Anspruchsdenken zur Genügsamkeit
 - Steuerbegünstigungen für nachhaltige Maßnahmen
 - Die Vorteile von Bartergeschäften

1 Siehe z.B. [hier](#), [hier](#), [hier](#) (z.B. Abb. 11) und [hier](#) (Seiten 7,8)

- Gib Burnout keine Chance: Stress erkennen und abbauen
- Integration von Menschen mit Behinderung als Arbeitskräften
- **Vernetzungstreffen** wo jedes Unternehmen sich vorstellen kann
- Peer-Gruppen zur Unterstützung bei der **Erstellung von Gemeinwohlbilanzen**
- **Kraftfelder** – Durch Zuhören wahre Gemeinschaft verstärken
- Identifizierung und Ausbau regionaler **Wertschöpfungsketten**
- **Präsentation von Projektideen** (Null-Energie-Häuser, Auftriebskraftwerke, ...)

Frei zugängliches Bildungsangebot

Für Jedermann, eine eigenständige gemeinnützige Trägerin, Info rund um Nachhaltigkeit, Gemeinwohl, Komplementärwährungen usw. Ausgesuchte, leicht verständliche dennoch möglichst wissenschaftlich belegte Information (anstatt „Gekaufter Journalismus“). Kostenlose Bereitstellung, die Trägerin wird durch Spenden finanziert, von der AG und von Dritten (Banken & Stiftungen, Privatpersonen, GWÖ-Firmen usw.).

Hierfür wird mindestens eine Arbeitskraft benötigt, die Informationen sammelt und ins Netz stellt, z.B. auf gemeinwohl.info oder einer Subdomain info.gemeinwohl.biz. Sie könnte auch dazu bloggen. Ein RSS-Feed soll angeboten werden.

Hier soll kein zweites Wikipedia entstehen! Vielmehr sollten nur Informationen mit unmittelbarer Relevanz zum Betrieb von Gemeinwohl-Geschäften aufgenommen werden. Artikel können theoretische Modelle beschreiben (z.B. die [Freiwirtschaft](#)) oder wissenschaftliche Forschungsergebnisse die nun der Umsetzung bedürfen, oder...

Dieser Teil des Gesamtkonzepts muss nicht ganz zu Anfang forciert werden, sollte aber zur Unterstützung der Geschäftsbereiche (Image des Portals, Suchergebnisse dafür in den Suchmaschinen) sobald wie möglich angegangen werden.

Was hat meine Firma davon wenn wir mitmachen?

Allzu oft (noch) wird diese Frage aus kurzfristigen, ich-zentrierten sowie monetären Hintergedanken heraus gestellt. Aber sie *wird* gestellt, und wir brauchen Antworten:

- Allen voran: Eine nachhaltige Entwicklung, für unsere Kinder und Kindeskinde!
- Zukunftsfähigkeit des Unternehmens durch verbesserte nachhaltige Produktion.
- Die Teilnahme am Portal eröffnet Anbietern neue Kundenkreise (erhöht Umsatz).
- Die Sichtbarkeit im Portal gehört zum „Image Marketing“.
- Mitgliedschaft als Dienstleister / Unternehmer ist Voraussetzung zur Teilnahme an den Veranstaltungen.
- Auf den Veranstaltungen bleibt man am Puls, lernt gleichgesinnte Unternehmer kennen, baut Wertschöpfungsketten aus... bis hin zu Tipps für Abbau von Stress!
- Im späteren Ausbau ggf. Teilnahme am Barter-Ring.
- *Denkbar*: Ein Solidaritätsfond; eine Konfliktberatungsstelle; Öko-Business-Angels.

Finanzierungsmodell

Anschubfinanzierung

Das Projekt bedarf einer kräftigen Anschubfinanzierung, um das Online-Portal sowie Verwaltungsstrukturen zu errichten, Mitglieder zu gewinnen, Veranstaltungen einzufädeln, usw.. Schätzungen zur benötigten Höhe stehen im Businessplan; Feedbacks dazu von Menschen mit Erfahrung sind herzlich willkommen!

Als TrägerIn / EigentümerIn des Betriebs dachte der Autor zunächst an bestehende gemeinwohl-orientierte Instanzen (z.B. GWÖ-Verein, ReWiGs); oder ein extra zu diesem Zweck gegründete Instanz. Voraussetzung ist jedoch das Aufbringen der Anschubfinanzierung in Höhe von ca. 750 T€ - ohne Bankkredite, welche nicht zum Konzept passen. Das dürfte bei den vorgenannten Instanzen nicht möglich sein.

Eine gangbare Idee ist die Gründung einer AG: So könnten mehrere finanzierende Instanzen (z.B. Ethische Banken, Stiftungen, der GWÖ-Verein, die Mitarbeiter, ...) mittels Aktien Mit-InhaberInnen werden und bei den Generalversammlungen über den künftigen Kurs mitbestimmen. Mehr dazu steht im Businessplan.

Ein weiteres denkbare Modell wäre die Gründung einer Genossenschaft nach erfolgreichem Crowdfunding. Dafür hätte man viele GenossInnen, die laufend informiert werden müssen, aber meist inaktiv bleiben; und das Overhead mit dem Prüfungsverband. Der Autor favorisiert daher die AG, die auch schnell an den Start gehen könnte.

Der laufende Betrieb nach der Errichtung

Er könnte wie folgt aussehen und finanziert werden:

A) Internet-Portal

- Die Anmeldung erfolgt in eine von drei Kategorien:
Dienstleister / Unternehmen (Urproduktion und Industrie) / Privatperson.
Privatpersonen zahlen keine feste Gebühren und stellen keine Angebote ein. Angemeldete Privatpersonen haben nur die Möglichkeit, Newsletter-Abos genauer zu steuern und Inserate bzgl. Geschäftsanbahnungen in der Jobbörse aufzugeben. Die meisten privaten Besucher werden keine Anmeldung benötigen / durchführen.
- **Anbieter** (Dienstleister und Unternehmen) zahlen einen festen Basisbetrag (Aufnahmegebühr, Jahresgebühr) plus Erfolgskomponente (Pay per Click) wenn ihre Website aus den Suchergebnissen heraus besucht wird.
- Suchergebnisse sind immer vollständig, ungeachtet dessen ob die NutzerIn eingeloggt ist oder nicht. Suchende zahlen generell nicht.

B) Von Angesicht zu Angesicht

Verwaltungskosten der Betreibergesellschaft um Treffen zu organisieren, sowie etwaige Kosten für Räume und (externe) Referenten sollen so weit wie möglich aus Teilnahmegebühren gedeckt werden.

Ansonsten heißt es: Mit gutem, bescheidenen Beispiel voran! Wo möglich sollen Treffen aller Art in den Räumen eines Mitgliedsunternehmens stattfinden, die es zu einem (sehr) günstigen Preis bereitstellt bzw. gegen Spenden von den Teilnehmern. Treffen von Peer-Gruppen verursachen lediglich geringe Verwaltungskosten für die Betreibergesellschaft.

Dennoch wird man vermutlich durch Teilnahmegebühren nicht alle realen Kosten decken können; daher soll ein Teil der allgemeinen Mitgliedschaftsgebühren hierfür eingeplant werden.

Was wäre von wem zu machen?

- Mindestens eine Person mit dem Standing z.B. Bankmanager und Stiftungsverwalter erfolgreich anzusprechen, wird am Anfang für die Finanzierung benötigt.
- Danach müsste sich ein kleines, erfahrenes Team bilden (inner circle) um die weiteren Aktivitäten zu definieren und voranzutreiben.
- Sämtliche IT-Aufgaben könnte ich, Tim Reeves, ([Internet Services](#)), als IT-Leiter beauftragen und koordinieren, und zum (geringeren) Teil selber leisten.
- Für die Partner-Gewinnung, das Back-Office sowie die Errichtung und Betrieb des Bereichs „Von Angesicht zu Angesicht“ werden Fachkräfte (Angestellte) gebraucht.
- Standort, Büroraum und Infrastruktur müssen geklärt werden.
- Ferner werden externe Dienstleistung wie Grafik-Design (Corporate Identity), Steuerberatung, ggf. Buchhaltung, Rechtsberatung usw., benötigt.

Weitere Information im Internet: [gemeinwohl.biz](#)

Kontaktperson: Tim Reeves, 08131 273 529, info@timreeves.de

Anmerkungen

Das hier vorgeschlagene Geschäftsmodell stellt eine Abkehr von der sonst verbreiteten Finanzierung durch Werbung dar – mit gutem Grund! Die Kosten der Werbung stecken sonst in den Endverbraucherpreisen, d.h. der Endverbraucher zahlt zum Schluss so oder so, nur hier wird diese Tatsache nicht mehr verschleiert, Konsum und Wettbewerb werden nicht unnötig angekurbelt (Stichwort: personalisierte Werbung bzw. targeted Marketing).

Diese Tatsache, zusammen mit anderen Prinzipien der Unternehmung, sollten geschickt und vordergründig vermittelt werden, gar plakativ:

- Das Geld für die Werbung können Sie sich hier sparen!
- Einkaufen für das Gemeinwohl! bzw. Einkaufen für die Nachhaltigkeit!
- Tun Sie etwas für die Nachhaltigkeit – hier und jetzt!
- „Bitte schalten Sie Ihren Ad-Blocker aus, wir finanzieren uns über Werbeeinnahmen“. Ist Ihnen schon so etwas beim Surfen untergekommen? Wenn ja dann ahnen Sie vermutlich was uns bewegt; wenn nein empfehlen wir Ad-Block Plus oder Ad-Muncher! Hier surfen Sie auch ohne Ad-Blocker garantiert 100% frei von Werbung!

Der Ansatz ist in seiner Abkehr von der allgegenwärtigen Norm ein besonderes Paradigma und bedarf daher der Diskussion.

Zahlenbelegung Werbekosten: Die Kosten für Werbung variieren stark von Branche zu Branche, sie betragen in etwa zwischen 3% und 30% des Umsatzes. [Hier](#) wird ein „goldener Schnitt“ von 10 – 15% genannt, [hier](#) für den Bereich Handel nur 3,5%. Im Bereich Dienstleistungen habe ich Behauptungen zwischen [3-5%](#) sowie [8-10%](#) gelesen, so dass ein Mittelwert von ca. 6,5% vom Umsatz realistisch erscheint. Hier dazu auch eine [Zahlenspielerei](#) (wie viel ein werbefreies Netz kosten würde).

Vergleich zum Zinseffekt: In der Fußnote zum Thema Ausbaustufen / Barter-Ring wird belegt, dass ca. 30% aller Endpreise aus Zinsen bestehen, die sich in der Wertschöpfungskette addiert haben. Das ist rund 4,6 Mal mehr als der Anteil der Werbung im Preis! Daher wird im Businessplan komplett auf Finanzierung durch Kredite verzichtet. Dies wäre vermutlich auch in der Image-Präsentation des Unternehmens ein spannender und vorteilhafter Punkt.