

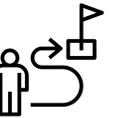
Purpose

- Was ist der gesellschaftliche Nutzen unserer Organisation?
- Was ist die Daseinsberechtigung unserer Organisation- ihre license to operate?
- Welche Mit-Verantwortung trägt unsere Organisation bei der Lösung von sozial-ökologischen Herausforderungen?
- Welchen Unterschied will unsere Organisation gegen sozial-ökologische Herausforderungen machen (z.B. Klimakrise)?
- Mit welcher Haltung will unsere Organisation sozial-ökologischen Herausforderungen begegnen?



Vision & Mission

- Welchen Beitrag soll unsere Organisation zur sozial-ökologischen Transformation der Wirtschaft leisten?
- Welchen Mehrwert bietet unsere Organisation für das Gemeinwohl?
- Welchen konkreten Beitrag leistet unsere Organisation zur Erreichung von Nachhaltigkeitszielen in 2,5 und 10 Jahren?
- Wie lässt sich unsere Vision konkret erreichen? Welche Nachhaltigkeitsprinzipien (Suffizienz, Konsistenz, Effizienz) können dafür eingesetzt werden?
- Wie können wir die Werte unserer Organisation in Mission und Vision verankern?



Form

- Welche Unternehmensformen kennst Du? Was macht ein Unternehmen für Dich aus?
- Was sind kritische Stimmen rund um Unternehmensformen und Unternehmen? Gibt es andere Unternehmensformen, die uns freier in unseren Entscheidungen machen?
- Wie können wir soziale und ökologische Werte in unserer Organisation verankern?
- Wer soll davon profitieren, wenn unsere Organisation (ökonomisch) erfolgreich ist?



Unternehmenskultur

- Wer soll in unserer Organisation Entscheidungen treffen können? Wie sieht unsere Entscheidungsstruktur aus?
- Wie lassen sich Mitarbeitende aktiv in Veränderungsprozesse einbinden?
- Haben Mitarbeitende eine Anlaufstelle für Ideen und Verbesserungsvorschläge?
- Wird Partizipation klar gefördert und belohnt? Gibt es ein festes Format dafür?
- Können sich Mitarbeitende mit den Werten der Organisation identifizieren?



Produkt- und Dienstleistungsangebot



- Wie ermöglichen wir unseren Kund:innen natur- und sozialverträglichen Konsum? Welche Rolle spielt dabei unser Produkt- und Dienstleistungsangebot?
- Wie können wir unser Produkt, unsere Dienstleistung oder unser Geschäftsmodell nachhaltig(er) gestalten?
- Richtet sich unser Produktdesign an Nachhaltigkeitskriterien aus (z.B. geringer Ressourceneinsatz, Langlebigkeit, Reparaturfähigkeit)?
- Wie können wir mit unserem Produkt- oder Dienstleistungsportfolio experimentieren? Können wir z.B. Produkte als Service anbieten, statt sie zu verkaufen?

Kunden(bindung) und Marketing



- Wer sind unsere Kund:innen und was zeichnet sie aus? Wie beeinflusst ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit ihre Kaufentscheidung?
- Mit welchen Formaten oder Marketinginstrumenten können wir neue Kund:innen erreichen?
- Wie transparent und glaubwürdig sind unsere Marketingmaßnahmen und -claims?
- Mit welchen Formaten oder Instrumenten können wir Kund:innen dazu bewegen nachhaltiger zu konsumieren (z.B. Informationskampagnen, Suffizienzkampagne)

Stakeholder



- Welche Stakeholder sind für unsere Organisation relevant? Wie betrifft die Aktivität unserer Organisation Andere?
- Welchen ökologischen und sozialen Wert schafft unsere Organisation für diese Stakeholder?
- Wie können wir durch unsere Aktivität den gesellschaftlichen Mehrwert für die Stakeholder maximieren?