

Gemeinwohl-Matrix- Module-Workshops



© Wirl Photo

7. August 2026

Strategische Nachhaltigkeit - keine Pflichterfüllung, sondern eine große Chance!

- **360° Management-Tool:** für Ihre strategische Nachhaltigkeitsarbeit
- **Workshop-Setting:** praxisorientierter Austausch mit Impulsen von anderen, engagierten Unternehmer:innen
- **Individuelle Module:** Sie wählen aus dem Gesamtangebot aus, was für Sie interessant und relevant ist

Gemeinwohl-Matrix-Module-Workshops

Pflichterfüllung oder Chance

Alle Unternehmen - egal wie groß oder welche Branche - sind gefordert, in Sachen strategischer Nachhaltigkeit etwas zu tun und oft auch angehalten, einen Bericht abzuliefern, sei es für die eigene Bank oder Kund:innen, die einen Nachweis benötigen.

Allerdings steckt hinter der vermeintlichen Pflicht auch eine große Chance, wenn man das Thema strategisch und strukturiert angeht.

Es hilft unter anderem dabei:

- fundierter langfristige Entscheidungen zu treffen
- Beziehungen zu Kund:innen & Lieferant:innen, zu festigen, zur Stärkung die eigenen Resilienz
- Mitarbeiter:innen zu finden und sie wirkungsvoll in die Unternehmensentwicklung zu involvieren.
- in vielen Bereichen Ressourcen zu sparen
- ...

Nutzen der Matrix-Modul-Workshops

- Sie lernen ein Managementtool kennen, das Ihnen Orientierung bietet und als Steuerungsinstrument für die Maßnahmenplanung und -umsetzung dient
- Sie erfahren, wie es andere Unternehmen schon angehen, mit welchen Erkenntnissen und Erfolgen
- Sie profitieren vom intensiven Austausch mit engagierten Unternehmer:innen und gewinnen dabei wichtige Erkenntnisse für Ihre strategische Arbeit

Individuelle Gestaltungsmöglichkeit

Die Module können einzeln oder im Gesamtpaket gebucht werden.

Teilnehmer:innen, die das Komplettpaket absolvieren, haben damit eine gute Basis, um daraus eine Gemeinwohl-Bilanz zu erstellen und damit auch die EU-Vorgabe in Form des eingearbeiteten VS-Standards erfüllen.



Gemeinwohl-Matrix 5.2 Beta-Version

WERTESÄULEN				
BERÜHRUNGSGRUPPEN	MENSCHENWÜRDIGKEIT	SOLIDARITÄT UND SOZIALE GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde entlang der gesamten Lieferkette	A2 Solidarität und soziale Gerechtigkeit entlang der gesamten Lieferkette	A3 Ökologische Nachhaltigkeit entlang der gesamten Lieferkette	A4 Transparenz und Mitentscheidung entlang der Lieferkette
B: EIGENTÜMER*INNEN, UND FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung in Bezug auf finanzielle Ressourcen	B2 Ethischer Umgang mit erwirtschafteten Mitteln	B3 Verwendung der Erträge im Hinblick auf soziale und ökologische Auswirkungen	B4 Eigentum und Mitentscheidung
C: ARBEITSKRÄFTE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz und im Arbeitsumfeld	C2 Gestaltung fairer und gerechter Arbeitsvereinbarungen	C3 Umweltfreundliches Verhalten der Arbeitskräfte	C4 Mitentscheidung und Transparenz innerhalb der Organisation
D: KUND*INNEN UND ANDERE ORGANISATIONEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen	D2 Kooperation und Solidarität mit anderen Organisationen	D3 Umweltwirkungen von Produkten und Dienstleistungen während der Nutzung und am Ende ihres Lebenszyklus	D4 Kund*innenbeteiligung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung
E: LOKALE UND GLOBALE GEMEINSCHAFT SOWIE ÖKOsysteme	E1 Zweck der Produkte und Dienstleistungen und ihr Beitrag zur ethischen und gemeinschaftlichen Entwicklung sowie zu gesunden Ökosystemen	E2 Beitrag zur Gemeinschaft	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4 Transparenz und Mitentscheidung bzgl. indirekter Stakeholder

Module

#	Modul	Beschreibung	Datum
M1	Purpose und Sinn (E1)	Purpose und Sinn eines Unternehmens bedeuten mehr als das reine Erwirtschaften von finanziellem Gewinn. Purpose und Sinn können auf strategischer Ebene die notwendige Orientierung geben und eine kraftvolle Sogkraft in die Zukunft entwickeln. Hier stellen sich die Fragen: Welchen ökologisch oder sozial wertvollen Beitrag leistet das Unternehmen über den Nutzen für unmittelbare Stakeholder hinaus auch für die Gesellschaft? Wie kann die Klarheit dazu für Innovationskraft, eine markante Kommunikation nach außen oder auch die Aktivierung der Mitareiter:innen genutzt werden? in diesem Modul erarbeiten wir, bzw. erfahren Sie ... ■ Welche Bedeutung Purpose, Sinn und Nutzen für ein Unternehmen haben ■ Welchen gesellschaftlichen Mehrwert Sie mit Ihrer Geschäftstätigkeit insgesamt leisten ■ Wie Sie den Purpose Ihres Unternehmens erarbeiten können ■ Wie Sie die Weiterentwicklung Ihres Unternehmens damit strategisch sinnvoll gestalten können	Do., 1.10.26 14.00 bis 17.30
M2	Finanz-Mgmt (B1, B2, B3)	Herkunft und Verwendung von erwirtschafteten Gewinnen haben Auswirkungen auf alle Stakeholder des Unternehmens – vor allem die Gemeinde, in der das Unternehmen ansässig ist und die Mitarbeiter:innen. Ethik, Fairness und ökologische Verantwortung spielen hier eine große Rolle. Welche Möglichkeiten gibt es, um finanzielle Unabhängigkeit und damit Freiraum für gemeinwohlorientierte Entscheidungen zu erreichen. Welche alternativen Finanzierungsformen und sozial-ökologische Investitionsoptionen gibt es, um der Verantwortung eines gemeinwohl-orientierten Unternehmens gerecht werden zu können? in diesem Modul erarbeiten wir, bzw. erfahren Sie ... ■ Was ethisches Finanzmanagement bedeutet - für Sie und für die Gesellschaft ■ Welche ethischen Finanzierungsformen, bzw., welche Alternativen zu herkömmlichen Möglichkeiten es gibt ■ Wie Sie Ihre Investitionen öko-sozialer angehen können	Di., 20.10.26 14.00 bis 17.30

Module

#	Modul	Beschreibung	Datum
M3	Mitent-scheidung (B4 + C4)	Zukunftsorientierte Unternehmen wissen, dass Entscheidungen tragfähiger und erfolgswirksamer sind, wenn betroffene, kompetente und innovative Menschen aus dem Unternehmen einbezogen werden. Das gilt sowohl auf strategischer, unternehmensweiter als auch auf inhaltlicher, operativer Tätigkeitsebene. Was es in beiden Fällen braucht, um Entscheidungen zielführend bewerkstelligen zu können, sind gute Methoden, dazu eine ebensolche Moderations-Kompetenz sowie größtmögliche Transparenz mit einem klaren Informations-Management. Wir setzen hier auf eine soziokratische Moderation und systemisches Konsensieren. in diesem Modul erarbeiten wir, bzw. erfahren Sie ... ■ Wie Sie auf strategischer Ebene Ihre Stakeholder – insbesondere die Mitarbeiter:innen – in die Entscheidungsfindung einbeziehen können ■ Wie Sie Informations- und Entscheidungsprozesse gestalten können ■ Wie soziokratische Moderation und systemisches Konsensieren funktionieren ■ Welche Möglichkeiten der Mitarbeiter-Beteiligung es gibt	Di., 10.11.26 14.00 bis 17.30
M4	Ökologischer Lebenszyklus (A3, D3, E3)	Der ökologische Lebenszyklus betrachtet die ökologischen Auswirkungen in allen drei Phasen: der Entstehung – dazu gehören das Design, die Rohstoffgewinnung, die Beschaffung, der Transport und die Herstellung selbst – der Nutzung und der Entsorgung unserer Produkte und Dienstleistungen. Das klingt umfangreich – ist es auch! Allerdings bietet nur die strukturierte Analyse dieser Phasen die Chance, Veränderungsbedarf zu erkennen, Veränderungspotentiale zu identifizieren und konkrete Maßnahmen zur Optimierung zu erarbeiten. Das klare Ziel: CO2-Reduktion und Optimierung des Ressourcenverbrauchs insgesamt. in diesem Modul erarbeiten wir, bzw. erfahren Sie ... ■ Wie Sie den ökologischen Lebenszyklus Ihrer Produkte und / oder Dienstleistungen analysieren und bearbeiten können ■ Wie Sie Ihre Beschaffung ökologischer gestalten können, bzw., welche Alternativen es für manches schon gibt ■ Wie sich Abfall sinnvoll vermeiden lässt	Mi., 2.12.26 14.00 bis 17.30

Module

#	Modul	Beschreibung	Datum
M5	Lieferanten- Management (A1, A2, A4)	Lieferant:innen sind wichtige Stakeholder für ein Unternehmen, weil die Verlässlichkeit unserer Geschäftspartner:innen sowie die Qualität der zugekauften Produkte oder Dienstleistungen große Bedeutung für die Qualität der eigenen Angebote haben. Darüber hinaus erhöhen gute Kunden-Lieferanten-Beziehung auch die Resilienz: sie helfen dabei, kritische Situationen besser zu überstehen oder bringen innovative Impulse, als Beitrag zur erfolgreichen Weiterentwicklung des Unternehmens. in diesem Modul erarbeiten wir, bzw. erfahren Sie ... ■ Wie Sie Ihre Lieferkette strukturiert analysieren können ■ Wie Sie einen aktiven, möglichst transparenten Austausch mit Ihren wesentlichen Lieferant:innen gestalten und dabei gegenseitig Vertrauen gewinnen können ■ Wie Sie durch eine strategische Herangehensweise langfristig erfolgreicher wirtschaften und gezielt Innovationsprozesse angehen können	Do., 14.1.27 14.00 bis 17.30
M6	Beziehungen zu Kund:innen + Netzwerk- partnern (D1, D2, D4)	Um Kund:innen gewinnen sowie bestehende Kund:innen und Netzwerkpartner:innen begeistern und halten zu können, muss der Nutzen klar sein, gut kommuniziert und auch „geliefert“ werden. Die entscheidende Frage dazu lautet daher: Welchen konkreten Nutzen leisten wir? Die Basis dafür liefert der übergeordnete Purpose und Sinn des Unternehmens. Darüber hinaus braucht es aber auch eine wertschätzende und möglichst transparente Kommunikation, Dialog und Feedback-Möglichkeiten – einerseits, um Vertrauen aufzubauen, andererseits um entscheidende Information einzuholen, zur sinnvollen Weiterentwicklung unserer Angebote. in diesem Modul erarbeiten wir, bzw. erfahren Sie ... ■ Wie Sie den Nutzen für die unterschiedlichen Stakeholdergruppen erarbeiten und beschreiben können ■ Wie Sie mit Ihren Kund:innen eine gute, transparente und damit vertrauensvolle Kommunikationskultur aufbauen können ■ Wie Sie die Beziehungen zu Ihren Netzwerkpartner:innen gestalten und festigen können	Mi., 3.2.27 14.00 bis 17.30

Module

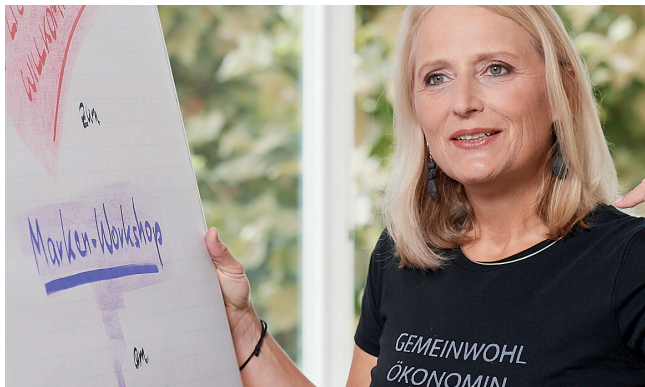
#	Modul	Beschreibung	Datum
M7	Mitarbeiter: innen und Ökologie (C3)	Als Unternehmer:innen und Führungskräfte haben wir großen Einfluss auf das Verhalten von Mitarbeiter:innen – wenn wir authentisch und im Umgang mit ihnen empathisch sind. Wir können (und wollen) Mitarbeiter:innen nicht zwingen, sich ökologischer zu verhalten, aber, wir können Anreize schaffen und sie über Auswirkungen informieren. Hier geht es vorrangig um das Mobilitäts- und das Konsumverhalten sowie die Ernährungsgewohnheiten. Wir zeigen in diesem Modul, welche Auswirkungen ökologischeres Verhalten hat, was andere Unternehmen schon umsetzen und entwickeln dazu gemeinsam Ideen für das eigene Unternehmen. in diesem Modul erarbeiten wir, bzw. erfahren Sie ... ■ Welche alternativen Mobilitätslösungen gibt es und mit welchen Anreizen können Mitarbeiter:innen für diese gewonnen werden ■ Wir bringen Beispiele aus anderen Unternehmen zu umweltfreundlichen Ernährungsangeboten ein ■ Wir zeigen, wie man umweltfreundliches Verhalten in der Organisations-Kultur verankern kann	Di., 23.2.27 14.00 bis 17.30
M8	Mitarbeiter: innen- Beziehung (C1, C2)	Mitarbeiter:innen sind ein wesentlicher Bestandteil für unternehmerischen Erfolg! Sie sind oftmals erste Kontaktpersonen zu unseren Stakeholdern, ob Lieferant:innen oder Kund:innen und können dabei erfolgswirksam agieren – wenn sie dazu bereit und motiviert sind. Interessant ist es dabei, dass man hier individuelle Parameter herausfinden muss, weil nicht alle Mitarbeiter:innen gleiche Anreize und Rahmenbedingungen brauchen, um bereit und motiviert zu sein. Wir sehen uns auch hier an, was andere Unternehmen schon an Maßnahmen umgesetzt haben und welche davon fürs eigene Unternehmen nutzbringend sein könnten. in diesem Modul erarbeiten wir, bzw. erfahren Sie ... ■ Wie Sie die Beziehungen zu Ihren Mitarbeiter:innen gut gestalten und damit langfristig festigen können ■ Welche Bedeutung Gesundheit und eine gesunde Arbeitsumgebung auf Leistungsbereitschaft und Engagement der Mitarbeiter:innen hat ■ Welche unterschiedlichen Arbeitszeitmodell andere Unternehmen schon nutzen, mit welcher Erfahrung	Do., 18.3.27 14.00 bis 17.30

Module

#	Modul	Beschreibung	Datum
M9	Beziehung zur Gesellschaft E2, E4	Als Unternehmen sind wir eingebettet in unser regionales Umfeld. Wir selbst, unsere Mitarbeiter:innen und deren Angehörige nutzen die kommunale Infrastruktur: Gesundheits- und Bildungseinrichtungen, Straßen, öffentliche Verkehrsmittel, ... Zum Erhalt und zur Weiterentwicklung dieser Einrichtungen, leisten gemeinwohl-orientierte Unternehmen mit Steuern und Abgaben ihren fairen Beitrag. Inwiefern können wir hier, über das, was wir mit unseren Produkten und Dienstleistungen schon beitragen, zusätzlich auf ehrenamtlicher Ebene leisten? Gibt es relevante gesellschaftliche Gruppen, für die wir uns engagieren wollen oder die umgekehrt Interesse an einem Austausch mit uns haben könnten? Bieten wir für sie schon Dialogräume an? in diesem Modul erarbeiten wir, bzw. erfahren Sie ... ■ In welcher Form leisten Sie schon ehrenamtlich sinnvolle gesellschaftliche Beiträge - wo könnten Sie sich noch engagieren ■ Welche relevanten Stakeholder auf gesellschaftlicher Ebene gibt es für Ihr Unternehmen ■ Inwiefern könnte es Sinn machen, einen Dialog zu bestimmten Gruppen aufzubauen und in den Austausch zu gehen	Di., 6.4.27 14.00 bis 17.30
M10	Strategischer Managementprozess	Die einzelnen Module müssen am Ende noch in die strategischen und operationalen Prozesse des Unternehmen eingebettet werden. Damit können die erarbeiteten Maßnahmen im Unternehmen erst sinnvoll verankert und implementiert werden. Darüber hinaus lässt sich daraus bei Bedarf auch ein vollständiger Nachhaltigkeitsbericht erstellen, eine Gemeinwohl-Bilanz, der auch den Anforderungen der EU-Richtlinie – VS-Standard der EFRAG – entspricht. in diesem Modul erarbeiten wir, bzw. erfahren Sie ... ■ Wie Sie die Gemeinwohl-Matrix als Orientierungs- und Steuerungsinstrument strategisch nutzen können ■ Wie Sie Nachhaltigkeit damit strategisch im Unternehmen verankern ■ Was eine Gemeinwohl-Bilanz ist und wie Sie diese in weiterer Folge erstellen können – auf Wunsch auch mit einem externen Audit einer in Österreich akkreditierten Prüfstelle ■ Inwiefern Sie damit auch die EU-Vorgaben - VS-Standard - erfüllen und für Anforderungen von Banken und Stakeholder gerüstet sind	Mi., 28.4.27 14.00 bis 17.30

Workshopleiterin

Mag. (FH) Sabine Lehner



© Foto Flausen

... ist seit 1996 selbstständige Unternehmensberaterin und Trainerin in den Bereichen Marketing, Strategie, Kommunikation.

Seit 2005 führt sie die Beratungsagentur MARKENwerkstatt in Salzburg mit den Schwerpunkten: Markenentwicklung für Unternehmen und Netzwerke.

Seit 2016 ist sie darüber hinaus zertifizierte Gemeinwohlberaterin und begleitet Unternehmen auch bei der Erstellung von Gemeinwohl-Bilanzen einschließlich der Implementierung der erarbeiteten Maßnahmen im Unternehmen.

Anmeldung:

Kosten

- je Matrix-Modul (ca. 3,5 Std.): € 180,— + MwSt.
- Gesamtpaket (alle 10 Module): € 1.600,— + MwSt.

TN-Anzahl je Modul

- mind. 4, max. 8 Unternehmen
(max. 2 TN/ Unternehmen)

Ort:

- Salzburg Stadt
(genauer Ort wird für jeden WS individuell vereinbart)

Anmeldung - online:

- [Web-link](#)

MARKENwerkstatt · Sabine Lehner

+43 664 145 37 87

office@MARKENwerkstatt.com

A-5020 Salzburg · Fürstallergasse 3

Workshop- und Coaching-Räume:

A-5020 Salzburg · Jahnstraße 11