

**GEMEINWOHL-MATRIX**

Unternehmen: Tourismusverband Wilder Kaiser; Bilanz-Jahr: 201

**BILANZSUMME: 508 von 1000 Punkten**



Werte ► Berührungsgruppe ▼	Menschenwürde	Solidarität & Gerechtigkeit	Ökologische Nachhaltigkeit	Transparenz & Mitentscheidung
<b>A: Lieferant*innen</b>	A1: Menschenwürde in der Lieferkette	A2: Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette	A3: Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette	A4: Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette
	5 von 50 <b>10 %</b>	0 von 50 <b>0 %</b>	10 von 50 <b>20 %</b>	0 von 50 <b>0 %</b>
<b>B: Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen</b>	B1: Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B2: Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3: Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	B4: Eigentum und Mitentscheidung
	13 von 25 <b>50 %</b>	50 von 50 <b>100 %</b>	25 von 50 <b>50 %</b>	40 von 50 <b>80 %</b>
<b>C: Mitarbeitende</b>	C1: Menschenwürde am Arbeitsplatz	C2: Ausgestaltung der Arbeitsverträge	C3: Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	C4: Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz
	25 von 50 <b>50 %</b>	20 von 50 <b>40 %</b>	15 von 50 <b>30 %</b>	25 von 50 <b>50 %</b>
<b>D: Kund*innen und Mitunternehmen</b>	D1: Ethische Kund*innenbeziehungen	D2: Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	D3: Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	D4: Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz
	40 von 50 <b>80 %</b>	50 von 50 <b>100 %</b>	30 von 50 <b>60 %</b>	60 von 75 <b>80 %</b>
<b>E: Gesellschaftliches Umfeld</b>	E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	E2: Beitrag zum Gemeinwesen	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4: Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung
	25 von 50 <b>50 %</b>	40 von 50 <b>80 %</b>	10 von 50 <b>20 %</b>	25 von 50 <b>50 %</b>