

## **Der „Gemeinwohl-Test“ als qualitativer Fragebogen zur Erhebung einer Selbsteinschätzung der persönlichen Gemeinwohl-Orientierung von Einzelpersonen.**

Autoren: Dr. Christoph Harrach (Gemeinwohl- und Innovationsberater der Stiftung Gemeinwohl-Ökonomie NRW); Ilmari Binder (Umweltpsychologe), November 2019, verfügbar unter [www.gemeinwohl-test.de](http://www.gemeinwohl-test.de)

---

### **1) Zielsetzung des Fragebogens**

Mit dem Fragebogen „Gemeinwohl-Test“ sollen die **vier Grundwerte** der Gemeinwohl-Ökonomie aus der **Gemeinwohl-Matrix 5.0** (Ecogood, 2017: 12) so operationalisiert werden, dass **Einzelpersonen** damit eine **Selbsteinschätzung ihrer persönlichen Gemeinwohl-Orientierung** vornehmen können. Dabei soll eine Unterscheidung zwischen einstellungs- und verhaltensbezogenen Aspekten vorgenommen werden, um eine mögliche **Einstellungs-Verhaltens-Lücke** (Boulstridge & Carrigan, 2000) sichtbar zu machen.

### **2) Fragebogen-Entwicklung**

Ausgangslage der Fragebogenentwicklung war das im Arbeitsbuch zur Gemeinwohlabilanz 5.0 (Ecogood, 2017: 19-20) definierte Verständnis der vier Gemeinwohl-Werte:

- **“Menschenwürde** bedeutet für uns, dass jedes menschliche Wesen an sich wertvoll, schützenswert und einmalig ist, unabhängig von Herkunft, Alter, Geschlecht und anderen Merkmalen. Der Mensch und letztendlich jedes Lebewesen hat eine Existenzberechtigung, verdient Wertschätzung, Respekt und Achtung.”
- **“Solidarität und Gerechtigkeit** sind zwei nahestehende Werte, deren Gemeinsamkeit in Empathie, Wertschätzung und Mitgefühl mit anderen sowie im Recht auf Chancengleichheit liegt. Beide Werte zielen darauf ab, Ungerechtigkeit zu reduzieren, Verantwortung zu teilen und eine Balance zwischen Stark und Schwach herzustellen.”
- **Ökologische Nachhaltigkeit:** “Die Nachhaltigkeit von Produkten und Dienstleistungen kann nur dann bewertet werden, wenn der gesamte Lebensweg betrachtet wird. Darunter verstehen wir aufeinanderfolgende Stufen eines Produktsystems – von der Rohstoffgewinnung oder Rohstoffherzeugung (...) über die Entwicklung, Herstellung oder Verarbeitung im Unternehmen bis zur Lieferung (...), zur Verwendung durch die Kund\*innen und der endgültigen Beseitigung des Produktes (...). Für Dienstleistungen kann ein analoger Lebensweg definiert werden.”

- **Transparenz und Mitentscheidung:** „Unter Transparenz ist die Offenlegung aller für das Gemeinwohl bedeutender Informationen zu verstehen, insbesondere der kritischen Daten (...) Mitentscheidung beinhaltet die Mitwirkung der jeweiligen Berührungsgruppe an den Entscheidungen, vor allem bei jenen, die sie selbst betreffen.“

Diese vier Gemeinwohl-Grundwerte stellen latente Variablen dar. Um sie messen zu können, ist eine Operationalisierung durch direkt messbare Indikatoren erforderlich, die empirischen Repräsentanten der nicht direkt beobachtbaren, latenten Variablen darstellen (Backhaus et al. 2011). Im Folgenden wird erläutert, wie die latenten Variablen operationalisiert wurden, um die „Selbsteinschätzung der persönlichen Gemeinwohl-Orientierung“ quantitativ zu messen. Wir haben uns für eine Multi-Item Messung entschieden. Das heißt: Einstellung und Verhalten zu einer latenten Variable wie z.B. „Menschenwürde“ wurden mithilfe mehrerer Fragen erhoben.

Im ersten Schritt haben wir eine Literatur-Recherche durchgeführt, um passende Items aus etablierten Skalen zu identifizieren. Folgende Literatur wurde als Ausgangslage der Operationalisierung verwendet:

- **Menschenwürde:** Diaz-Veizades, et al. (1995); Cheng & Fleischmann (2010); Kessler (2012); Landman & Carvalho (2009).
- **Solidarität und Gerechtigkeit:** Penner et al. (1995); Rushton et al. (1981).
- **Ökologische Nachhaltigkeit:** Balderjahn et al. (2013); Diekmann & Preisendörfer (1998); Haws, et al. (2014); Schipperges et al. (2016).
- **Transparenz und Mitentscheidung:** Bowler & Donovan (2002); Dapko, J. (2012); Piotrowski & Van Ryzin (2007), Sieben & van Zundert (2011).

Im nächsten Schritt wurde eine sachlogische inhaltliche Prüfung der möglichen Items hinsichtlich der beiden Sub-Dimensionen „Einstellung“ und „Verhalten“ vorgenommen. Pro Sub-Dimension eines Gemeinwohl-Wertes wurden jeweils mindestens drei Items ausgewählt. Die englischsprachigen Skalen wurden ins Deutsche übersetzt. Die Fragen wurden in einem Onlinefragebogen mittels der Software SoSci Survey (Leiner 2019) bereitgestellt. Bei den Antwortoptionen kommt eine 5-stufige Likert-Skala von „Stimme gar nicht zu“ bis „stimme voll zu“ zum Einsatz.

### 3) Pre-Test

Im dritten Schritt wurde im Zeitraum vom 9. bis 22. September 2019 ein zweiwöchiger Pre-Test durchgeführt. Die Stichprobe des Pre-Tests wurde über ein Schneeballverfahren generiert. Dazu wurden E-Mails mit der Bitte um Teilnahme an Personen gesendet, die in verschiedenen relevanten (wissenschaftlichen) überregionalen Netzwerken (z.B. Gemeinwohl-Ökonomie, Umweltpsychologie, Nachhaltige Wirtschaft) aktiv sind. Insgesamt konnten so 72 Rückläufe erzielt werden, von denen 62 Fragebögen vollständig ausgefüllt waren.

Die Analyse der Pre-Test-Daten bestand aus einer inhaltlich qualitativen Auswertung und einer statistisch quantitativen Auswertung. Für die qualitative Auswertung wurden 81 Kommentare der Teilnehmer\*innen auf Relevanz geprüft. Aus diesen Feedbacks wurden insbesondere inhaltlich sprachliche Anpassungen der Fragen vorgenommen. Die quantitative Auswertung des Pre-Tests fand mittels der Statistik-Software SPSS statt. Dabei wurden eine Faktoren-Analyse sowie eine Reliabilitäts-Prüfung durchgeführt. Durch die Faktorenanalyse konnten einzelne Fragen identifiziert werden, die nicht zu den entsprechenden Gemeinwohl-Werten passen. Sie wurden daher aus der Skala entfernt. Durch die Reliabilitäts-Prüfung wurde die interne Konsistenz der jeweiligen Skala mittels des Güte-Kriteriums Cronbachs Alpha getestet. Hierbei wiesen die meisten Items akzeptable bis gute Reliabilitäts-Werte aus, nur bei drei Items lag Cronbachs Alpha im niedrigen bzw. schlechten Bereich (Blanz 2015). Nachfolgend eine Übersicht der Ergebnisse und der zur Optimierung des Fragebogens durchgeführten Änderungen:

Gemeinwohl-Werte	Sub-Dimension	Anzahl Items	Cronbachs Alpha	Inhaltl. sprachliche Korrektur	Items gelöscht
Menschenwürde	Einstellungen	3	0,58	1	0
	Verhalten	4	0,62	0	1
Solidarität & Gerechtigkeit	Einstellungen	5	0,56	2	1
	Verhalten	6	0,72	0	2
Ökologische Nachhaltigkeit	Einstellungen	6	0,75	0	2
	Verhalten	5	0,83	0	1
Transparenz & Mitentscheidung	Einstellungen	6	0,75	1	2
	Verhalten	8	0,83	2	0


Tabelle 1: Übersicht der Ergebnisse und Änderungen aus dem Pre-Test

Zitierweise: Harrach, Christoph; Binder, Ilmari (2019): Der Gemeinwohl-Test. Ein qualitativer Fragebogen zur Erhebung einer Selbsteinschätzung der persönlichen Gemeinwohl-Orientierung von Einzelpersonen. Herausgegeben von der Stiftung Gemeinwohl-Ökonomie NRW. Online verfügbar unter [www.gemeinwohl-test.de](http://www.gemeinwohl-test.de)


#### 4) Fragebogen Version.1.0 mit allen Items

Seit 1. November 2019 ist der Fragebogen in der folgenden Form unter der Internet-Adresse [www.gemeinwohl-test.de](http://www.gemeinwohl-test.de) erreichbar.


#### 1. Im ersten Schritt würden wir gerne etwas zu Ihrer Einstellung und Ihrem Verhalten hinsichtlich Menschenwürde erfahren. Inwieweit stimmen Sie diesen Aussagen zu?

					
	1	2	3	4	5
Jeder Mensch sollte respektvoll behandelt werden, unabhängig von Nationalität, Kultur, Religion, ethnischer Herkunft, Geschlecht, sexueller Orientierung und Alter.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Alle Menschen sollten die gleichen Chancen im Leben haben.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich höre Menschen zu, die eine andere Meinung als ich haben.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich stehe Menschen zur Seite, deren Menschenwürde verletzt wurde.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich finde es wichtig, dass alle Menschen auf dieser Welt die gleichen Rechte haben.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich engagiere mich aktiv für ein menschenwürdiges Leben in unserer Gesellschaft.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**2. Im zweiten Schritt würden wir gerne etwas über Ihre Einstellung und Ihr Verhalten hinsichtlich Solidarität und Gerechtigkeit erfahren. Inwieweit stimmen Sie diesen Aussagen zu?**


					
	1	2	3	4	5
	stimme gar nicht zu				stimme voll zu
Es gibt keinen Grund, andere Menschen auszunutzen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich finde, auch Leute, die anderen etwas angetan haben, sollten trotzdem fair behandelt werden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Das Schicksal anderer Leute interessiert mich normalerweise nicht.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mir ist es wichtig, ein Thema aus unterschiedlichen Perspektiven zu betrachten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich spende regelmäßig Geld für gemeinnützige Zwecke.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beim Einkaufen achte ich immer darauf, ob das Produkt sozial gerecht hergestellt wurde.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich nehme Unannehmlichkeiten in Kauf, um solidarisch und gerecht zu handeln.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich engagiere mich aktiv für Solidarität und Gerechtigkeit in unserer Gesellschaft.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**3. Nun geht es um die ökologische Nachhaltigkeit. Wir würden gerne erfahren, welche Meinung Sie dazu haben und wie Sie sich in diesem Bereich verhalten. Inwieweit stimmen Sie diesen Aussagen zu?**

					
	stimme gar nicht zu				stimme voll zu
	1	2	3	4	5
Um unsere natürlichen Lebensgrundlagen zu erhalten, müssen wir alle bereit sein, unseren Lebensstandard einzuschränken.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Es beunruhigt mich, wenn ich daran denke, in welchen Umweltverhältnissen unsere Kinder und Enkelkinder wahrscheinlich leben müssen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mir ist es wichtig, dass die Produkte, die ich nutze, der Umwelt nicht schaden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bei vielen meiner Entscheidungen bedenke ich die potentielle Auswirkung meiner Handlungen auf die Umwelt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Meine Kaufgewohnheiten sind beeinflusst von meiner Sorge um unsere Umwelt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wenn ich Zeitungsberichte über Umweltprobleme lese oder entsprechende Nachrichten sehe, bin ich oft empört und wütend.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich nehme Unannehmlichkeiten in Kauf, um umweltfreundlicher zu handeln.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>


Es gibt natürliche Grenzen des Wachstums, die unsere industrialisierte Welt längst erreicht oder schon überschritten hat.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
---	--

**4. Hier geht es um Ihre Einstellungen und Ihr Verhalten hinsichtlich Transparenz und Mitentscheidung. Inwieweit stimmen Sie diesen Aussagen zu?**

					
	stimme gar nicht zu				stimme voll zu
	1	2	3	4	5
Ich habe ein Recht darauf, alles zu wissen, was die Regierung macht.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich finde es wichtig, dass Bürger*innen an politischen Entscheidungen mitwirken.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mir ist es wichtig, dass Unternehmen Informationen der Öffentlichkeit transparent zur Verfügung stellen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unternehmen sollten Informationen auch veröffentlichen, wenn sie dadurch schlecht dastehen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



**Im Folgenden werden verschiedene Möglichkeiten aufgelistet, wie man die Gesellschaft mitgestalten kann. Wie oft haben Sie innerhalb der letzten 12 Monate eines der folgenden Dinge gemacht:**

					
	nie				sehr häufig
	1	2	3	4	5
Ein*e Politiker*in oder eine*n Verwaltungsbeamte*n auf Lokal-, Landes- oder Bundesebene kontaktiert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
An einer genehmigten Demonstration teilgenommen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ein Produkt oder ein Unternehmen boykottiert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eine Petition unterschrieben.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mich ehrenamtlich engagiert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eine Beschwerde bei einem Unternehmen eingereicht.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
In einer politischen Partei mitgearbeitet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Meine politische Meinung online geteilt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 5. Literatur

- Backhaus, K., Erichson, B., & Weiber, R. (2015). Fortgeschrittene multivariate Analysemethoden: eine anwendungsorientierte Einführung. Springer-Verlag.
- Balderjahn, I., Buerke, A., Kirchgeorg, M., Peyer, M., Seegebarth, B., & Wiedmann, K. P. (2013). Consciousness for sustainable consumption: scale development and new insights in the economic dimension of consumers' sustainability. *AMS review*, 3(4), 181-192.
- Blanz, M. (2015). *Forschungsmethoden und Statistik für die Soziale Arbeit: Grundlagen und Anwendungen*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Boulstridge, E., & Carrigan, M. (2000). Do consumers really care about corporate responsibility? Highlighting the attitude—behaviour gap. *Journal of communication management*, 4(4), 355-368.
- Bowler, S., & Donovan, T. (2002). Democracy, institutions and attitudes about citizen influence on government. *British Journal of Political Science*, 32(2), 371-390.
- Dapko, J. (2012). *Perceived Firm Transparency: Scale and Model Development*. Graduate Theses and Dissertations. URL: <http://scholarcommons.usf.edu/etd/4025L>, (aufgerufen am 7.11.19)
- Diekmann, A., & Preisendörfer, P. (1998). Umweltbewusstsein und Umweltverhalten in Low-und High-Cost-Situationen. *Zeitschrift für Soziologie*, 27(6), 438-453.
- Gemeinwohl-Ökonomie Matrix-Entwicklungsteam (2017). *Arbeitsbuch zur Gemeinwohl-Bilanz 5.0*, URL: [https://www.ecogood.org/media/filer\\_public/73/da/73dab961-6125-4f69-bf7a-3c8613a90739/gwoe\\_arbeitsbuch\\_5\\_0\\_vollbilanz.pdf](https://www.ecogood.org/media/filer_public/73/da/73dab961-6125-4f69-bf7a-3c8613a90739/gwoe_arbeitsbuch_5_0_vollbilanz.pdf) (aufgerufen am 7.11.19)
- Haws, K. L., Winterich, K. P., & Naylor, R. W. (2014). Seeing the world through GREEN-tinted glasses: Green consumption values and responses to environmentally friendly products. *Journal of Consumer Psychology*, 24(3), 336-354.
- Leiner, D. J. (2019). *SoSci Survey (Version 3.1.06)* [Computer software]. Available at <https://www.soscisurvey.de> (aufgerufen am 7.11.19)
- Penner, L.A., Fritzsche, B.A., Craiger, J.P., & Freifeld, T.S. (1995). Measuring the prosocial personality. In J.N. Butcher & C.D. Spielberger (Eds.), *Advances*
- Piotrowski, S. J., & Van Ryzin, G. G. (2007). Citizen attitudes toward transparency in local government. *The American Review of Public Administration*, 37(3), 306-323.
- Rushton, J. P., Chrisjohn, R. D., & Fekken, G. C. (1981). The altruistic personality and the self-report altruism scale. *Personality and individual differences*, 2(4), 293-302.
- Schipperges, M., Gossen, M., Holzauer, B., & Scholl, G. (2016). *Umweltbewusstsein und Umweltverhalten in Deutschland 2014. Vertiefungsstudie: Trends und Tendenzen im Umweltbewusstsein*. UBA-Texte, 59, 2016.
- Sieben, I., & van Zundert, M. (Eds.). (2011). *Atlas of European Values. Trends and Traditions at the turn of the Century*. Brill.