

GEMEINWOHL-BERICHT

UNTERNEHMEN

FIRMENNAME: ROLAND JARITZ WELTEN-VERBINDEN

Branche: Soziales

Anzahl der MitarbeiterInnen: EPU

Umsatz: 2013: 41.500€ Kosten: 26.000 Gewinn: 15.500

2014: 41.000€ Kosten: 22.500 Gewinn: 18.500

Der Bericht umfasst den Zeitraum von 1.1.2013 bis 31.12.2014. Die Zahlen der jeweiligen Jahregemein sind ziemlich nahe beinander. Der jeweilige Auditprozess verändert meinen Horizont über gemeinwohlorientierten Gestaltungsmöglichkeiten und mein Bewusstsein.



TÄTIGKEITSBEREICH

1) Supervision & Coaching; Unternehmensberatung (PE, OE , GWÖ); Schulentwicklung;

Ehe- Familien- Lebensberatung; Männer & Burschenberatung

Beratungen & Supervision für für Einzelpersonen- Paare- Teams/Gruppen und Organisationen (in den eigenen Praxisräumen in Klagenfurt und extern). Wesentlich für mein Unternehmen ist ein fixer Praxisort in Klagenfurt inkl. Parkplatzmöglichkeiten, flexible Mobilität in ganz Kärnten und laufende Interventionen & Weiterbildungen.

Umsatz: 2013: 39.000€

2014: 37.500€

Das genauere Angebot ersehen Sie auf der Homepage www.welten-verbinden.at.

2) Vermietung der Praxiräumlichkeiten an Start-ups:

Vermietung der Praxisräume an Externe. Die Vermietungen sind über Internetkalender organisiert.

Umsatz: 2013: 2500€

2014: 3500€

3) unselbständige Arbeit: Anstellung bei SOB Waiern, Feldkirchen . Fachschule für Sozialbetreuungsberufe (Supervision der TeilnehmerInnen) . Der Verdienst hierbei ist nicht in den Bericht integriert.

DAS UNTERNEHMEN UND GEMEINWOHL

Intention des Unternehmens und Bezug zur Gemeinwohl-Ökonomie.

Zusammenfassung der bisherigen Aktivitäten :

Welten-verbinden wurde von mir und meiner damaligen Partnerin 2009 als Entwicklungs- und Beratungsort für Einzelpersonen- Paare- Teams und Gruppen gegründet. Vor dem Zugang zur Gemeinwohlökonomie habe ich schon von Jugend an mit Themen des sinnvolleren Miteinanders beschäftigt und meine „Freie Zeit Energie“ im Laufe meines Lebens in die soziale Weiterentwicklung und Beschäftigung mit Werten investiert. Zum Beispiel 10 Jahre ehrenamtlich im Vorstand des Waldorfbundes Österreich für den Bereich Qualitätsentwicklung in den Waldorfschulen zuständig. Finanzielle Unterstützung vieler weltweittätigen und regionalen NGOs (Greenpeace, WWF, AI, Caritas, etc). Fairtrade Produkte zu beziehen und meine Einkauf nach ethischen Richtlinien zu gestalten ist ein Teil meines Seins (was trotzdem nicht durchgehend gelang). Auch habe ich mich mit dem Begriff Nachhaltigkeit natürlich beschäftigt, da ich auch bei den Grünen tätig bin und dort dieses Thema Alltagsgespräch ist - Wo (Natur, Energie, Finanzwesen, Wirtschaft, Menschenrechte, etc) wie am besten gestalten? Weiters bin ich auch in der Kärntner Regionalgruppe als auch als Referent bei „Bank für Gemeinwohl dabei. Deshalb war für mich der Zugang, nun als Unternehmer, zur GWÖ der nächste sinnvolle Schritt. Da bin ich aktuell im Energiefeld Kärnten/Östtirol für die Moderation und als zweiter Koordinator zuständig. Wir bauen da gerade in Kärnten die „Plattform Zivilgesellschaft Kärnten“ gemeinsam auf. Weiters bin ich auch GWÖ- Referent, im AK Moderation und seit 2014 zertifizierter GWÖ. Berater. Seit 2015 bin ich im Koordinationskreis der BeraterInnen zuständig für die Finanzregelungen - eine neue spannende Rolle. Da ich im Kern Anthroposoph bin und mich mit der sozialen Dreigliederung beschäftige und daraus folgend auch mit Mitbestimmung sind mir die GWÖ Ansätze dazu wohl bekannt und lassen sich gut für mich umsetzen.

GENAUE BESCHREIBUNG DER EINZELNEN KRITERIEN

A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSWESEN

A1.1 Berücksichtigung regionaler, ökologischer und sozialer Aspekte bzw. höherwertiger Alternativen (Relevanz: hoch)

Auflistung aller zugelieferten Produkte/ Dienstleistungen in % vom Aufwand im Berichtszeitraum

Laufende Ausgabenposten + % der Ausgaben	Erläuterung und (soziale, ökologische, regionale) Bewertung
Miete (12%)	Energieausweis vorhanden; Angebot der Nutzung durch Dritte; Wohnung und Praxis im selben Haus;
Energie/ Strom (0,5%)	100% Ökostrom von Ökostrom Wien
BK inkl Heizung (10%)	STW Klagenfurt Wasser mit Granderergänzung; Pelletsheizung mit regionalen Pellets Müllentsorgung STW Klagenfurt 100% Pellets; regionaler Kauf;
Öko Flip-Papier, Öko Druckerpapier; Farbstifte; Kreiden; Bleistifte, Kulis; Beratungs- Material (5%)	100% Recycling; Flip verwende ich beidseitig; Restpapier als Notizzettel; Nachfüllbar Einkauf bei regionalen Fachhandel „Streyn“
Bewirtung (0,2%)	Fair Trade Getränke, Fair Trade Kaffee, Fingerfood (Fairtrade und andere); Recycling Toilettenpapier; Öko Reinigungsmittel, wiederaufladbare Batterien; Einkauf bei DM und EZA Klagenfurt
Fachliteratur (5%)	Bestellung bei regionalen Fachhandel „Heyn“(GWÖ Unternehmen)
Weiterbildungen & GWÖ Treffen (16%)	Anreise so oft als möglich mit dem Zug (ÖBB) ; österreichweit; Übernachtungen
Internet, Handy ; Software (6%)	Provider (Internet UPC- Klagenfurt; Hostprovis- Villach; Handy (Drei Österreich);
Visitenkartenerstellung + Homepagewartung , Werbung –Inserate (6%)	Regionaler Grafiker, „Erich Bauer“ Klagenfurt; Internetplattform Suchmaschine Best Net; Kleine Zeitung Folder; WK Folder;
Berufsverbände (5%)	Mitglied in mehreren Berufsverbänden (ÖVS- österreichischen Verein für Supervision; Imago Austria; SteiGls- steirische Gesellschaft für Lebensberatung; Wirtschaftskammer für drei Gewerbe; Grüne Wirtschaft)
Versicherungen (8%)	Gewerbliche Pflichtsozialversicherung (SVA) ; Betriebsausfallversicherung , Autoversicherung (Zürich + Donau Versicherung), Rechtsschutzversicherung (Wiener Städtische). Bonus Vorsorge Kasse (Pflicht für Unternehmen) ;
Steuerberater (6%)	Einkommensteuer- u. Umsatzsteuererklärung; regional

Auto (15%)	VW Passat BJ 2002 , Diesel; Service bei regionale Werkstatt „Dragan“ Klagenfurt; Tankstellen- meistens bewusst OMV Kompensation mit atmosfaer.de
Sonstiges (5%)	

Beachtete Gütesigel: Fairtrade; EG Bio Siegel; Blauer Engel; Österreichisches Umweltzeichen; Sonnentor; Demeter; Frosch; Ecover; Bio Austria; Spar Natur Pur

Einmalige Beschaffung 2009- 2012: Apple PC mit Windows-Programmen, HP Tintenstrahldrucker Drucker, Tinte leider noch nicht nachfüllbar; Raum Schmuck, Ikea Möbel; Pölster und Decken; Übungsmaterialien aller Art (Bälle, Karten, Stofftiere, Holzklötze, Steine, Holzpuppen, etc) unter Berücksichtigung von den verschiedensten Gütesiegeln und Verwendung von Naturprodukten→ kaum Kunststoffprodukte. Einkauf in regionalen Geschäften in Klagenfurt.

Damaliger Anteil: ~3000€;

Einmalige Beschaffung 2013: Pelletsheizung von KWB (regionaler GWÖ Betrieb); ~30 % für das Unternehmen;

Damaliger Unternehmensanteil: ~6000€

A1.2 Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken zugekauften P/D und Prozesse zur Sicherstellung (Relevanz: mittel)

Aboment von Zeitschrift „Konsument“→ laufende kritische Produktprüfung und Studium vor Produktkauf (Ethik Ranking; Berücksichtigung der Obdolozsens); Laufend Internetrecherche über Alternativprodukte; offenes Bewusstsein und Verbesserungswille; Ich achte auf lange Nutzungsdauer; GWÖ- Audit 2012

A1.3 Strukturelle Rahmenbedingungen zur fairen Preisbildung (Relevanz: niedrig)

Ich kaufe nicht in Billigshops ein und bevorzuge seit 2008 die selben Läden (DM; Spar; Bio-Läden; EZA; Streyn; Buchhandlung Heyn (GWÖ Betrieb), Libro) wo ich meine Produkte und Dienstleistungen bekomme und achte auf die Gütesigel und Regionalität→ ich bin ein treuer langfristiger Kunde

Kaufe Produktvorlagen für Seminare nach statt diese zu kopieren und gebe die Quelle bekannt.

B1 ETHISCHE FINANZDIENSTLEISTUNGEN

B1.1 Institutionalisierung (Relevanz: mittel)

Trifft auf EPU nicht zu.

B1.2 Ethisch-nachhaltige Qualität des Finanzdienstleisters (Relevanz: niedrig)

Auflistung der Finanzdienstleister

In % vom Umsatz	Abwicklung über folgenden Finanzdienstleister
Bank Austria AG; 100%	Giro Konto ; Unternehmenskonto Die Ethisch-ökologische Qualität dieses Finanzdienstleisters ist aus meiner Sicht nicht gegeben

Ethisches Finanzmanagement ist in meinem Unternehmen noch nicht umgesetzt. Nur im Bewusstsein. Wechsel zur „Bank für Gemeinwohl“ so bald als möglich. Fachliteratur zur ethischer Veranlagung ist gegeben. Ehrenamtlich tätig in der Bank für Gemeinwohl Regionalgruppe Kärnten.

B1.3 Gemeinwohlorientierte Veranlagung (Relevanz: hoch)

Auflistung der Kapitalanlagen

In % der Veranlagung	Abwicklung über folgenden Finanzdienstleister
1%	Bonus Vorsorge Kasse AG (seit 2010 verpflichtende UnternehmerInnen Pension)

Ich habe sonst keine Veranlagungen. Entziehe der Bank meine Geld→ Dies wird regelmäßig Richtung Null abgeboben, sodass dieser Art von Bank kein Geld von meinem Konto zum Handeln bleibt. Und es fallen dadurch auch kaum Zinsen an.

Stehe für Bürgschaften bei sozialen Projekten

B1.4 Gemeinwohlorientierte Finanzierung (Relevanz: niedrig)

Auflistung Eigen- und Fremdkapital-Anteil

Eigenkapital	100%-Anteil Gesamtkapital
Fremdkapital	0%-Anteil Gesamtkapital

Auflistung Aufteilung der Finanzierungsformen/ Fremdkapitals

In % der Finanzierung	Abwicklung über folgenden Finanzdienstleister

Das Unternehmen besteht zu 100% aus Eigenkapital.

Keine Bankkredite oder Minusstände gegeben. Keine Fremdfinanzierung gegeben.
Finanzierung von Ausgaben manchmal durch Ratenzahlungen. Keine Gemeinwohlorientierte
Veranlagung gegeben.

C1 ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GLEICHSTELLUNG

Allgemeines

Allgemeine Kennzahlen

- MitarbeiterInnen: Keine; EPU
- Fehlzeiten: Krankenstände vielleicht in Summe 1 Woche / Jahr
- Hierarchie im Unternehmen: Keine Hierarchie gegeben

C1.1 Mitarbeiter Orientierte Organisationskultur und -strukturen¹(Relevanz: mittel)

Die Arbeitszeiten sind größtenteils in Selbstorganisation möglich. Manchmal aber vom Markt abhängig → Abendeinsätze; Arbeit und Pausenwechsel sind selbst gut gestaltbar. Aufgabenbereiche sind selbst bestimmt und klar reflektiert.

Selbstangebotene Seminare: nur wenige werden am Wochenende von mir durchgeführt.

Durchschnittlich in Anspruch genommene externe fachliche Fortbildungszeit: ~2 Wochen / Jahr leider oft mit Wochenende verknüpft

Umgang mit Problemen: Reflexion in der multiprofessionellen Intervention / Supervision

Ebenso Weiterbildungen zur Persönlichkeits- und Haltungsentwicklung

Seit 20 Jahren zweimal jährliche Reflexion (Inhalt) über Iststand und Zukunftsgestaltung meines privaten und beruflichen Weges → frei es dorthin zu ändern, was für mich stimmig ist → hoher Grad an Selbstorganisation.

C1.2 Faire Beschäftigungs- und Entgeltpolitik (Relevanz: mittel)

Meine Unkosten und Projektideen sind gut finanzierbar. Ich zahle mir 12 mal 800-1000 € aus.

C1.3 Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung einschließlich Work-Life-Balance/ flexible Arbeitszeiten (Relevanz: mittel)

Das Thema Verhältnis Arbeitszeit zu Freizeit ist mir hoch im Bewusstsein verankert.

Die Praxisräume befinden sich mit kurzem Treppenzugang im EG. Im 1ten Stock befindet sich sauber getrennt davon meine Privatwohnung. Großer (1000qm) in Eigenbesitz befindlicher Garten steht zur Verfügung. Ich nütze diesen auch regelmäßig für

Pausengestaltung und auch mit meinen KundInnen. Ebenso einen großen Balkon. Ruheräume sind gegeben.

Die Handys sind getrennt in Firma und Privat und das Firmenhandy ist ab 18.00 abgeschaltet.

Im Juli – August (Ein Monat hindurch frei) und über die Oster & Weihnachtsfeiertage extremst reduziertes Arbeiten bis sehr große Freiräume. Ab 20.00 Uhr keine beruflichen Tätigkeiten mehr.

Homeoffice in eigenen Büroraum in Privatwohnung. Flachbildschirm Phillips; Laptop Apple; Stuhl ergonomisch; Tisch in korrekter Arbeitshöhe; PC wird oft bewusst nur jeden zweiten oder dritten Tag genutzt und Mails fokussiert bearbeitet. Bewusste Trennung in Arbeits- und Privatlkleidung → Umziehritual.

Regelmäßige (alle 2 Jahre) Vorsorgeuntersuchungen; bewusste Ernährung (viel Obst und Gemüse; möglichst Bio); Teilnahme an Gesundheitsvorträgen (1/ Jahr); Fachliteratur zur Gesundheit; Durch hohe Mobilität oft nur kaltes Essen.

Sicherheit: Regelmäßiges professionelles Autoservice und Augenärztliche Untersuchung; Reduktion des Fahrens mit Auto in der Nacht → Auftragsablehnungen meinerseits. Lasse mir beim Auto fahren Zeit: Autobahn Tempo 120; Geschwindigkeitsbeschränkungen werden eingehalten.

Tages- und Fahrt- Pausen werden bewusst eingeplant. Flexible Arbeitszeiten (8-20.00)

Sportliche Betätigung beschränkt sich auf gemütliches Radfahren und Wandern. Ab und zu Schwimmen.

Regelmäßige Interventionen/ Supervisionen zur Psychohygiene → 1x/Monat seit dem Jahr 2000

Hohe Bewusstheit über die eigenen „Antreiber“ und Muster!

Tägliche spirituelle Praxis mit Übungen.

Sinn: Es ist mein Traumberuf → hohe Sinnstiftung; Mein Beruf ist sehr abwechslungsreich und vielseitig/ bunt → von Einzelbegleitung – Coachings zu Themen der Berufsorientierung, Karriereplanung, Sinnfindung, Burn out, Kommunikationskultur, Männer Entwicklung, Umgang mit Aggressionen, Bearbeitung der eigenen Muster, Trauerbegleitung und Entscheidungsfindung. Paarberatungen mit selbigen Themen. Team & Gruppensupervisionen bis hin zu OE Prozessen in Unternehmen sowie Schulentwicklungsprozessen. Abgerundet wird mein Angebot durch Kommunikations & Teamseminare. Eine Spirituelle Grundhaltung begleitet mich dabei.

C1.4 Gleichstellung und Diversität (Relevanz: mittel)

Auf EPU nicht zutreffend

C2 GERECHTE VERTEILUNG DES ARBEITSVOLUMENS

C2.1 Senkung der Normalarbeitszeit (Relevanz hoch)

Kennzahlen

- Durchschnittliche Arbeitszeit: Arbeitszeit ist Reisezeit; Vor –und Nachbereitungen; eigentliche Tätigkeit: 38,5 h/Woche
- Quote der All-Inclusive-Arbeitsverträge: keine
- Geleistete ehrenamt Überstunden: von 38,5 auf 45 h → 7 h/ Woche (GWÖ; Plattform Zivilgesellschaft; Grüne)

Ich achte stark auf meine durchschnittliche Arbeitszeit und mache kurze und längere Pausen. Feiertags keine Beratung. Berufs-Handy ist ab 18.00 abgeschaltet. Wochenende Freitag Mittags möglichst Ende. Arbeitszeit in Summe reduziert. Lebenspriorisierung-Balance ist im Bewusstsein und im Handeln. Im Sommer 6 Wochen Urlaub; Im Winter 2 Wochen.

Ehrenamtliche gemeinwohlorientierte Tätigkeiten:

GWÖ/ Plattform Zivilgesellschaft: Vernetzungstreffen am WE; Koordination; Hintergrundarbeiten; ~2 h / Woche

Grüne: Obmann Vorstand; Engagement stark reduziert und wird nach der Wahl März 2015 abgegeben: war ~5 h / Woche, jetzt (seit Oktober 2014) 2h / Woche

C2.2 Erhöhung des Anteils der Teilzeit-Arbeitsmodelle und Einsatz von Zeitarbeit (bei adäquater Bezahlung) (Relevanz: mittel)

Keine ZeitarbeiterInnen gegeben

C2.3 Bewusster Umgang mit (Lebens-) Arbeitszeit (Relevanz: mittel)

Jahresplanung (in den Wihnachtsferien) der Freiraum-Termine. (Urlaube ; verlängerte Wochenenden; größere Freizeitaktionen) sowie der Weiterbildungstermine. Im Juli – August (Ein Monat hindurch frei) und über die Oster & Weihnachtsfeiertage extremst reduziertes Arbeiten bis sehr große Freiräume. Ab 20.00 Uhr keine beruflichehn Tätigkeiten mehr.

Aufträge werden an kompetente KollegInnen (Empfehlungsliste vorhanden) abgegeben.

Ich nehme mein Handy nur ab, wenn ich es im Moment auch leisten kann, präsent zu sein. In Arbeitssitzungen ist es ausgeschaltet. Keine Mail- Beantwortung per Handy.

C3 FORDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITERINNEN

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit (Relevanz: hoch)

Kennzahlen/ wichtige Daten

	Teilweise vegetarisch/vegan	Mehrheitlich veget./vegan	Überwiegend veget./vegan	Bio-Anteil (in%)
Angebote im Unternehmen (% uale Verteilg)				
Tatsächliches Verhalten der MA (% uale Verteilung)	70%			70%

Ernährung während Arbeitszeit: Reduzierter Konsum von Fleisch; Einkauf von regionalen Lebensmitteln; 70% Bio Lebensmittel mit Gütesiegel; leider oft kalte Ernährung;

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz (Relevanz: hoch)

Kennzahlen/ wichtige Daten

	Gesamt KM für das Unternehmen	Durchschnittlich pro MA
Flugreisen	Nur Privat; www.atmosfaer.de ; CO2 Ausgleichszahlung	
Auto/ PKW einzeln	~13000 KM; www.atmosfaer.de Kompensations-Ausgleichszahlung	
Car-Sharing	500km; Bei gemeinsamen Interventionen; GWÖ Energiefeld -Treffe	
ÖPNV	~ 3000 KM, Zug	
Fahrrad/ Fuß	~ 500 KM, Stadt	

Seminartage in der Praxis und Bürotätigkeit im Haus: 50 %

Seminartage u Weiterbildungen extern: 50%

Hohe Mobilität in ganz Kärnten (von Spittal bis Wolfsberg/Bad St Leonhart) mit Auto. Ist mein größter Anteil bei meiner Mobilität. Autonutzung auf Grund der Mitnahme von Arbeitsmaterialien notwendig. CO2 Emission ist gegeben und wird mit CO2 -Zertifikat

ausgeglichen. Zu den Weiterbildungs-Seminaren fahre ich, wenn es zeitlich irgendwie machbar ist, mit dem Zug.

Der ökologische Fußabdruck ergab bei mir im Bereich Mobilität 1,22 global Hektar und im Bereich Ernährung 0,8 global Hektar--> 2,02 global Hektar.

Im Bereich Wohnen für die Praxis 0,44 global Hektar (Eine Person berücksichtigt; Pellets Heizung) . Im Bereich Konsum 2,24 global Hektar. Der Gesamt ökologische Fußabdruck beträgt: $1,22 + 0,8 + 0,44 + 2,24 = 4,7$

Auto ist ein VW Passat (BJ 2002; KW 66; Diesel; Km Stand bei Kauf ~99500 km); gebraucht 7.2008 über regionale Autowerkstätte Dragan gekauft.

KFZ Haftpflichtversicherung – Zürich Versicherung (530€/Jahr) ab 07.2008; seit 2011 Firmenwagen mit ~ in Summe 19.000km /Jahr→ 70% Firma : 30% Privat;

Telefon- u Skypekonferenzen bei GWÖ Meetings→ keine Mobilität.

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse (Relevanz: mittel)

Hohes Bewusstsein über mein eigenes ökologisches Verhalten. Fachfilme werden neugierig konsumiert. Weiter entfernte Weiterbildungen werden per Zug besucht.

C4 GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS

Trifft für EPU nicht zu

C5 INNERBETRIEBLICHE DEMOKRATIE UND TRANSPARENZ

Trifft für EPU nicht zu

D1 ETHISCHES VERKAUFEN / KUNDINNENBEZIEHUNG

Beratungs-KundInnen sind Endverbraucher → B2C

VermietungskundInnen → B2B

D1.1 Gesamtheit der Maßnahmen für eine ethische Kundenbeziehung (ethisches Marketing + Verkauf) (Relevanz: hoch)

Meine KundInnengruppen (zusammen 100%) erstrecken sich mit Teams und Coachings vom Sozialen- & Bildungs- Bereich (Schulen; Kindergärten; Behindertenbereich; Altenbereich, Jugendwohlfahrt, etc.) mit ~70% bis zum Wirtschafts- und Gemeindebereich mit 10%. Weiters Paarbegleitung und Begleitung von Einzelpersonen mit ~10%. Den Rest macht die Praxisvermietung aus.

Meine Werte in der KundInnenbeziehung sind: Klarheit; Struktur; offene aufrechte Werte schätzende Kommunikation; es geht um den Nutzen für den Kunden/ die Kundin; State of the art der Methoden; Transparenz der angewandten Methoden & Quellen; Regelmäßige Feedbackschleifen & konstruktive Kritik Annahme; Preis- & Ablauftransparenz; Spirituelle Grundhaltung; Humor. Alle Tagesseminare sind hochgradig auf den KundInnenwunsch zugeschnitten.

Alle drei Jahre Qualitätsgespräche (ÖVS) zur Supervisionstätigkeit. Weitere Qualitätskriterien ebenso auf der Homepage sichtbar.

Meine Preisgestaltung ist individuell auf die KundInnengruppen zugeschnitten und auf der Homepage ersichtlich. Für soziale gemeinwohlorientierte Einrichtungen gibt es dann auch noch Verhandlungsspielraum.

Beratung: Jede/r Einzelkunde/Kundin hat ein Startgespräch zum halben Preis. Teams haben ein kostenloses 20-30 Min Vorstellungsgespräch. Anschließend eine erste Supervision wobei danach erst die Zusage erfolgt. Es werden durchschnittlich 2-Jahreverträge abgeschlossen, die aber jederzeit gegenseitig aufkündbar sind. Es gibt einen Kommunikationsregeln Vertrag vorab, der an die KundInnen angepasst wird. Regelmäßige Reflexionsschleifen zum Inhalt und zu meinem Stil in Umgang mit den KundInnen sichern meine Qualität und helfen den KundInnennutzen zu steigern.

Vermietung B2B: Infomail am Anfang; Einführungsrunde + „Hausregeln“; Laufend gegenseitige offene Feedbackschleifen; Es ist ein Startuo Preis (10€/Stunde)

Schulung ethisches Verkaufen: Ich habe noch keine Schulung besucht. Habe aber eine hohe Grundethik. Weiters muss zwischen mir und der /dem Kundin/Kunden die Chemie passen

Produkttransparenz, meine Haltung und mein Engagement ist über Unternehmens-Homepage sichtbar u. gegeben. Aktive Werbung mache ich kaum. Es läuft primär über Empfehlungsmarketing (Dank an all meine KundInnen). Nur Spezielfolder zu extra Projekten (z.B. ChefInnengespräche) auf Umweltschutzpapier gegeben. Eintragung in allgemeine Branchenfolder und Branchen- Homepages. Keine bisherige aktive Zusammenarbeit mit VerbraucherInnenschutz .

Marketingkosten: (eigene Homepage; Visitenkarten; Folder; Fachfolder; Fachhomepages)

2013: ~1500€

2014: ~1500€

D1.2 Produkttransparenz, Fairer Preis und ethische Auswahl der KundInnen (Relevanz: niedrig)

Ethisches Marketing: Es gibt meine umfassende Homepage und öffentlich im Internet aufliegende Listen, worin mein Unternehmen eingetragen ist (ÖVS; Best Net; Imago; WK) und Visitenkarten. Best Net (www.supervision.at) ist eine Internetplattform, wo ich mein Unternehmen darstellen kann und KundInnen auch anonym Fragen an BeraterInnen stellen können. Der Rest läuft über Mundpropaganda. Zwischen den KundInnen und mir muss vor allem die „Chemie“ passen.

Gestaffelte Preisliste und auch die Qualitätskriterien der Beratungsleistung sind im Internet auf der Homepage sichtbar. Hinweis auf andere bzw. stimigere Beratungs- bzw. Unterstützungsformate wird regelmäßig gegeben.

Vermietung: fairer Preis für Start ups.

D1.3 Umfang der KundInnen-Mitbestimmung/ gemeinsame Produktentwicklung / Marktforschung (Relevanz: mittel)

Auflistung KundInnen-Mitbestimmung

Art der Entscheidung	Wer repräsentierte die KundInnengruppe?	Wer hat wie entschieden?
Feedbackschleifen (jedes Mal; Halbzeit; am Ende)	Die Betroffenen selbst	

Beratung: Ich führe eine eigene Supervisions- Sitzung zum Thema Vertrag mit KundInnen, um deren Bedürfnisse zu klären, durch. Hierbei werden Fragen zur Erhöhung der Sinnstiftung für eine Supervision erörtert. Regelmäßige (nach und vor jeder Sitzung sowie Halbjährlich und zum Abschluss extra) verbale & auch schriftliche Reflexionsschleifen zum Inhalt und zu meinem Stil in Umgang mit den KundInnen → diese sichern meine Qualität und erhöhen den KundInnennutzen. Bei OE Prozessen gibt es vorab einen Designvorschlag.

Vermietung B2B: Laufend gegenseitige offene Feedbackschleifen

Eine klassische „Beratungsproduktentwicklung“ mit KundInnen gibt es nicht aber viele Impulse von KundInnen finden in meiner Arbeit aktuell Platz in dem ich diese im Moment aufgreife und mein Beratungsformat (sofern irgendwie möglich) ändere.

Marktforschung im klassischen Sinn mache ich nicht.

D1.4 Service-Management (Relevanz: mittel) /optimale Servicequalität

Vorab und bei Reklamationen Hinweis auf ÖVS (Österreichische Verein f Supervision) Schlichtungs- und Beschwerdestelle an KundInnen.

Feedbackschleifen & konstruktive Kritik Annahme

D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

D2.1 Offenlegung von Informationen + Weitergabe von Technologie (Relevanz: mittel)

In den multidisziplinären Interventionen (1x /Monat; 3h ; 5 Personen; in Klagenfurt) werden die eigenen Arbeitsweisen für alle Beteiligten kostenlos zur Verfügung gestellt. In den von mir besuchten Weiterbildungsseminaren werden diese durch den aktiven Austausch und Übungen ebenso sichtbar gemacht.

Meine Supervisionsabläufe bestehen aus einer Kontakt/ Erwartungsrunde zur aktuellen Sitzung. Einer Nachhaltigkeitsschleife zum letzten Termin. Weiters vielen praktischen Übungen zum Thema und zur Selbsterfahrung und haben stark den Selbsterkenntnis Charakter. Abschluss ist eine ausführliche Reflexionsrunde mit Feedback an meine Person. Methoden sind auf der Homepage ersichtbar.

Seminargestaltungen sind nach einer ausführlicher Vorabsprache und der Darlegung eines Designs im Grunde stark an der Selbsterkenntnis & Selbsterfahrung orientiert.

Infos allgemeiner Art & Ausbildungszugänge sowie Preisgestaltung zu Supervisionen und Seminaren sind auf Homepage sichtbar.

Meine Kostenkalkulationen orientieren sich an meinem Weiterbildungsniveau sowie Marktpreis für Supervisionen und Seminare. In den Preisen der Seminare ist Vor- (Gespräch & Design) & Nachbereitung (Foto- Protokoll) inkludiert.

Weitergabe von Fachwissen (in der Vorbereitung und in der Durchführung) bei gemeinsam gestalteten Seminartagen

D2.2 Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen und Finanzmitteln; kooperative Marktteilnahme (Relevanz: hoch)

Leite aktiv (bei Kapazitätsgrenzen meinerseits; bei inhaltlicher Nichtzuständigkeit) Aufträge an KollegInnen weiter. Großes Netzwerk mit Liste gegeben. Gemeinsame Seminargestaltungen mit KollegInnen sind gegeben (z. B. Männerseminare mit Dominique Pipal; Paarseminare mit Martin Weissböck, Schulentwicklungsprozesse mit Ulrike Hofmeister; Projekt „Chefinnen Gespräche“ mit Ilse Lang, ebenso GWÖ Unternehmen). Bin für fast alle Kooperationen offen.

Verknüpfung meiner Homepage mit denen der KollegInnen, wo Kooperationen existieren, → gleich auf der Startseite sichtbar.

Sichtbar Machung der Mitgestaltung an der GWÖ, an der Bank für Gemeinwohl, an der Plattform für Zivilgesellschaft in der Homepage ebenso auf der Startseite.

Raumvermietung meiner Praxis an „Konkurrenz“ inkl. auflegen deren Folder & Visitenkarten. Unterstützung von Start-ups.

Gemeinsamer Kreditantrag (Ich als Kreditnehmer) mit einem anderen GWÖ – Unternehmen um dessen Umschuldung zu einer Bank mit niederen Zinsen zu ermöglichen (Start 2014-Ausszahlung 2015).

D2.3 Kooperatives Marketing (Relevanz: mittel)

Homepage & Visitenkarten sind gegeben; Keine Massenwerbung; Keine Negativwerbung über Konkurrenz → Ich bitte absichtlich bei Beschwerden von KundInnen über KollegInnen mir nicht den Namen zu nennen.

Nutzung von „Bestnet“ → Vernetzung mit KollegInnen & KundInnen

Gemeinsames Marketing (Folder) bei gemeinsamen Projekten (z. B. Cheflnengespräche)

Produktinformationssystem: Bücher im Warteraum der Praxis; Internetinfos

Gemeinsam genutzte Produktinformationssysteme: GWÖ Homepage; Bank für Gemeinwohl Homepage; Folder Cheflnengespräche; GWÖ Folder;

Preisabsprachen gibt es keine.

D3 ÖKOLOG. GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

D3.1 Produkte/ Dienstleistungen sind im ökologischen Vergleich zu P/DL von MitbewerberInnen bzw. Alternativen von gleichem Nutzen (Relevanz: hoch)

Meine Branche ist eine Dienstleistung mit wenig „echten Materielien“.

Effiziente Einsetzungen der Mittel (Energie, Materiel, Flächen, Geld) für meine Dienstleistungen: Bei den Materielien verwende ich die Flip Charts beidseitig. Verwende das Altpapier als Schmierpapier. Fülle die Stifte selbständig nach. Verwende Malkreide zum Schreiben auf den Flip. Verwende Sachgegestände aus Holz, Papier, Stoff → alles nachwachsend. Das Auto fährt leider mit Diesel und wird bis zur „Ausortierung“ genutzt. Die Heizung ist auf Pellets umgestellt und die Raumtemperatur bei Nichtnutzung der Praxis runter gestellt. Der vorhandene Garten wird im Sommer für Beratungen mit genutzt. Gewinn wird investiert in verpflichtende Steuern/ Versicherungen und Work-Life Balance.

Die KundInnen bekommen „Hausschuhe“ in meiner Praxis. Reduziert den Reinigungsmittelbedarf. Nichtraucher – Praxis.

Resilienz (Widerstandsfähigkeit trotz „Störungen“) meiner Dienstleistungen: dies wird hauptsächlich durch meine inneren Stabilität auf Grund meiner Spiritualität, meiner Work-Life Balance (besser: persönliche Energieverteilung) und meinem Fort- & Weiterbildungsprogramm qualitativ gestaltet.

Zur Konsistenz (einfügen in natürliche Kreisläufe; Cradle to cradle) meiner Dienstleistungen bin ich in meiner Branche eher ratlos.

Beim Einkauf meiner notwendigen Materielien berücksichtige ich die Einkaufsquellen und die Produktion von Produkten hinsichtlich Bio und Cradle to cradle, wo es auch sichtbar ist.

Handouts und Rechnungen auf Umweltschutzpapier;

Im Verhältnis zu meinen KollegInnen erlebe mich hochgradig umweltbewusst und auch im Einkauf dies ernsthaft durchziehend.

Vermietung B2B: meine MieterInnen sind hauptsächlich KollegInnen im Anfangsstadium (Start ups). Wo eine jeweils eigene Praxis nur Ressourcen verschlingen würde und auch zu teuer ist. → dies dient der Suffizienz und Effizienz.

Parkplatz ist vor meiner Praxis gegeben → kein langes Parkplatzsuchen.

D3.2 Suffizienz (Genügsamkeit /Auskommen): Aktive Gestaltung für eine ökologische Nutzung und suffizienten Konsum (Relevanz: mittel)

Ich gehe sparsam mit den Ressourcen (z. B. Wasser → habe Wasserverwirbelung installiert; trenne den Müll; Nachfüllbare Schreibartikel; Öko Wc Papier; Öko Flipchart; etc) um.

Meine Praxis ist öffentlich (Bus) und mit Fahrrad sehr gut erreichbar. Fahrradständer für KundInnen mit Fahrrad ist gegeben. Extra Anreizsysteme habe ich diesbezüglich dafür aktuell keine.

Webinare geibt es aktuell keine. Telefonberatung sehrwohl. Skype und Telefonkonferenzen ebenso.

D3.3 Kommunikation: Aktive Kommunikation ökologischer Aspekte den KundInnen gegenüber (Relevanz: mittel)

Der Lebensstil meiner KundInnen ist regelmäßig & laufend Inhalt meiner Beratungen. Der Fokus ist großteils auf den Umgang mit den inneren Mustern, Kommunikationsthemen, Konfliktprävention, Teamgestaltung, Führungsfragen, Burn out, Selbstwertstärkung, Ängste, etc. aber kaum Themen hinsichtlich ökologischer Aspekte.

D4 SOZIALE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

D4.1 Erleichterter Zugang zu Informationen/ Produkten/ Dienstleistungen für benachteiligte KundInnen-Gruppen (Relevanz: hoch)

Barrierefreie Zugänge:

Ökonomische Barrieren: Ich habe eine ethische Grundhaltung und habe eine gestaffelte Preisgestaltung inkl. für Arbeitssuchende → siehe Homepage. Ratenzahlung ist möglich. Erstgespräche sind zum halben Preis.

Diese Beträge entsprechen den allgemeinen Marktwerten. Keine Dumpingpreise. Weiters wird auf „kostenlose“ Beratungseinrichtungen hingewiesen.

Außenstände bei KundInnen werden in individuellen Ratenzahlungen abgewickelt.

Vermietung B2B: ebenso gestaffelt nach Nutzungsdichte. Berücksichtigung von ökonomischen Kriterien auf Anfrage

Physisch: Es werden die körperlichen Einschränkungen bei den Übungen mit den KundInnen berücksichtigt. Auffahrtsrampe für Rollstuhlfahrer über Treppe zur Praxis fehlt. Haltegriffstange ist gegeben. Sonst alles barrierefrei. WC ist mit Rollstuhl benutzbar. Haltegriff im WC fehlt. Türen breit genug für RollstuhlfahrerInnen. Großer Parkplatz direkt vor Haus wurde extra angelegt. Bei Seminarortwahl für externe Eigenseminare wird die Barrierefreiheit berücksichtigt.

Visuell / Auditiv: Homepage gehört noch erweitert um Berücksichtigung für blinde Menschen. Sehbehinderung ist mit STR+ bzw- über die Tastatur gut steuerbar.

Sprachlich: Beratungen finden in deutsch sowie gegendert und bei Bedarf auch mit Dolmetscher statt. Hauptsprache: Deutsch

Intellektuell: Sprache der Beratung wird an das Bildungsniveau der KundInnen angepasst. KundInnen mit intellektuellen Einschränkungen werden mit leichter Sprache und unterstützter Kommunikation (Symbole / Bilder) begleitet.

Die eingesetzten & geplanten Maßnahmen machen 3% des Umsatzes aus.

Die KundInnengruppen finden den Weg zu meiner Beratung über die Veröffentlichung meiner Angebote auf meiner Homepage und über die diversen Internetseiten (best Net; ÖVS, Steigls, WK, EBIS, IBB, SOB, Imago, ...) , wo mein Unternehmen angelegt ist. Weiters führen die meisten Träger im Sozial & Bildungsbereich eigene Listen auf denen ich verankert bin. Gute solide Arbeit führt zu zufriedene KundInnen und zu guter Empfehlungskultur!

D4.2 Förderungswürdige Strukturen werden durch Vertriebspolitik unterstützt (Relevanz: mittel)

Ethische Risiken in KundInnenspäre: Keine Geschäftsbeziehungen mit ethisch kritischen KundInnengruppen → Auftragsablehnung

Für mich Ethisch kritische KundInnengruppen: FPK/FPÖ Partei; Waffenproduktion; Erdölverkauf.

Die Preisgestaltung ist so angelegt, dass Wirtschaftsunternehmen mehr zahlen als Einrichtungen aus dem Sozial & Bildungsbereich bzw. Einzelpersonen.

Vermietung B2B: Auswahl der MieterInnen nach Erstgespräch und deren KundInnenzugang. Sie müssen zu meinem Zugang und zu meiner Praxis passen.

D5 ERHÖHUNG DES SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS

D5.1 Kooperation mit MitbewerberInnen und Partnern der Wertschöpfungskette (Relevanz: hoch)

Fachstandards: ÖVS Österreich hat ethische Richtlinien. Ebenso die Ehe- familien & LebensberaterInnen. Aktives Mitglied bei der ÖVS – Team Kärnten. Drei jährige freiwillige Selbstverpflichtung zur Qualitätsevaluierung mit zwei anderen KollegInnen um Branchenstandard zu halten und zu heben über die ÖVS. Einweben der Mitglieder der ÖVS Kärnten in die Weiterbildungsschiene um die Qualität zu heben. Organisation von Fachtagungen für die ÖVS Mitglieder & Öffentlichkeit.

Weiters: Zwei mal /Jahr Fachtreffen der SupervisorInnen der PH- Kärnten um die Standards in der Pädagogischen Hochschule an zu heben.

GWÖ: je zumindest 1 mal/ Jahr Vernetzungstreffen (BeraterInnen, ModeratorInnen; ReferentInnen) um Qualität weiter zu entwickeln.

D5.2 Aktiver Beitrag zur Erhöhung legislativer Standards (Relevanz: mittel)

Als Privatperson: Noch Aktiv bei den Grünen Klagenfurt→ Obmann im Ehrenamt; Mitglied im Club der Grünen Klagenfurt wo auch Gesetzesentwürfe diskutiert werden. Nur um es genau zu machen braucht man eine Rechtskundigen- da reichen meine Rechtskenntnisse nicht aus. Diese Rolle lege ich nach der Wahl im März zurück.

Als Unternehmer: GWÖ Engagement und Engagement in der Plattform Zivilgesellschaft (Moderation) , wo ein Ziel, in der Zusammenarbeit mit dem Land Kärnten, die Ausarbeitung neuer Gesetze zur Erhöhung der Mitgestaltung und Beteiligung der Bevölkerung an den Entscheidungen der Politik ist. Daraus folgend auch die Veränderung von Gesetzen aller Art, die UnternehmerInnen und BürgerInnen betreffen.

D5.3 Reichweite, inhaltliche Breite und Tiefe (Relevanz: hoch)

Aktuell: noch nieder

E1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE / DIENSTLEISTUNGEN

E1.1 Produkte/ Dienstleistungen decken den Grundbedarf oder dienen der Entwicklung der Menschen/ der Gemeinschaft/ der Erde und generieren positiven Nutzen (Relevanz: hoch)

Hilfreiche Tabelle zur Übersicht

Top 5 angebotene Produkte/ Dienstleistungen (in % des Umsatzes)	Deckt das P/D einen Grundbedarf (suffizient) und ist es lebensnotwendig? (Dient es dem einfachen Leben, einem guten Leben, oder ist es Luxus?)	Positive Wirkung auf Mensch/ Gemeinschaft/Erde	Negative mögliche/ tatsächliche Folgewirkung des P/D
Supervision & Teamweiterentwicklung (68 %)	Deckt den Grundbedarf nach eigenständiger, friedvoller und stärkender Lebensführung ab. Dient der Prävention!	Selbsterkenntnis & Selbsterfahrung steigt. Selbstreflexion steigt; Kommunikations- & Konfliktlösungswissen wird mittels Übungen vermittelt; Selbst-Selbststeuerung der Sozial- der Emotionalen und der Kommunikationskompetenz	Negative Dienstleistungswirkungen werden mit KundInnen besprochen und verändert/ unterlassen. Teilnahme an regelmäßige Eigen-Supervision und Intervention um die eigenen blinden Flecken zu enttarnen.
Schulentwicklung % OE (15 %)	detto	detto	detto
Paarberatung (2%)	detto	detto	detto
Coaching & Einzelsupervisionen (5%)	detto	detto	detto
Seminare (10 %)	detto	detto	detto

Unternehmensinterner Zugang: Regelmäßige (nach und vor jeder Sitzung sowie Halbjährlich und zum Abschluss extra) Reflexionsschleifen zum Inhalt und zu meinem Stil in Umgang mit den KundInnen → diese sichern meine Qualität und erhöhen den KundInnennutzen.

Positiver KundInnennutzen: Meine Dienstleistungen erfüllen die Bedürfnisse nach dem ergreifen selbständiger Lebensgestaltung in allen Lebenslagen. Grundzugang: Förderung der Eigenermächtigung und Selbstverantwortung. Energie frei bekommen für die eigene Lebensführung. Credo: Ich habe gut gearbeitet, wenn die KundInnen mich sobald als möglich nicht mehr brauchen.

Übungsaufgaben für zu Hause. Kreative abwechslungsreiche Prozessgestaltungen. Sinnstiftung für mich und die KundInnen ist die Arbeitsbasis.

Negative Dienstleistungswirkungen (kann in dieser Branche nicht wirklich vollständig verhindert werden, da Menschen unterschiedlich reagieren, das Erlebte verarbeiten und agieren) werden unterlassen bzw. mit KundInnen besprochen und verändert. Ich bin mir der Abhängigkeitsgefahr der KundInnen vom Berater klar und spreche diese auch aktiv an.

Hinsichtlich der Auswirkung meiner Dienstleistung auf die Gesellschaft kann ich keine Daten vorweisen. Grundsätzlich ergeht aus den unterschiedlichsten Forschungen die generalisierte Annahme, dass Bildung in Kombination mit Selbsterkenntnis/ Selbstreflexion zu mehr eigenständigen und gleichzeitig auch gemeinwohlorientiertem Handeln führt.

Ehrenamtliches Engagement: Mitgestaltung bei GWÖ, Plattform Zivilgesellschaft und Grüne sind ebenso sinnstiftend.

E1.2 Ökologischer und sozialer Vergleich der Produkte/ Dienstleistungen mit Alternativen mit ähnlichem Endnutzen (Relevanz mittel oder hoch)

Sozial- Kulturverträglichkeit: Hinsichtlich sozialer Aspekte glaube ich, dass ich auf Grund meiner Ausbildungen/ Weiterbildungen und Haltungen sowie den Ausführungen an den unterschiedlichsten Stellen in diesem Bericht meine Dienstleistungen hochgradig Sozial – und Kulturverträglich sind. Branchenvergleiche gibt es keine.

Naturverträglichkeit: Hinsichtlich ökologischer Aspekte glaube ich, dass ich auf Grund meiner Ausführungen an den unterschiedlichsten Stellen in diesem Bericht etwas über den Branchendurchschnitt bin. Negativ wirkt sich hier vor allem leider das Auto aus. Im unternehmerischen Fokus ist es, mehr Aufträge im Raum Klagenfurt zu bekommen.

E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

E2.1 Leistungen (Relevanz: hoch)

Jährliche Geldspenden an soziale Vereine seit 2008 und auch vereinzelt bis zu 10 Jahre davor → Greenpeace 30€; Licht für die Welt 30€; VCÖ 30€; Ärzte ohne Grenzen 30€; AI 30€; Don Bosco 30€; Attac 15€; WWF 30€; Caritas 30€; Alpenverein 45€; Anthroposophische Gesellschaft 10€; Werkstatt für Geisteswissenschaft 20€; Life Aid 50€; bewusst GPA 5€.; Bank für Gemeinwohl 15€ und GWÖ 100€ seit 2012.

2012/ 2013: Unterstützung des Sapana Schulprojektes in Nepal. www.sapana.at. Kostenlose Raum zu Verfügung Stellung für Trommelworkshops. Trommeln für Spendensammlung.

Stelle mein Beratungswissen in meinem aktuellen ehrenamtlichen Engagement, bei den Grünen (250h/ Jahr), bei der GWÖ (50h/ Jahr) und bei der Plattform Zivilgesellschaft (100h/ Jahr) kostenlos zur Verfügung.

Vernetze die Menschen und biete meine Praxis für soziale Aktionen (Männertreffs; Frauentreffs; Vorträge, etc) auch gratis an.

→ Gesamtwert: 30% von meinem Umsatz

Zusatznutzen habe ich durch die Geldleistungen nicht. Durch das ehrenamtliche Engagement sehr wohl, da ich dabei laufend dazu lerne und mich weiter entwickle und meinen Horizont erweitere.

Die meisten der Einrichtungen aus dem Sozial- & Bildungsbereich, wo ich Supervisionen gestalte, sind Non- Profit Organisationen.

E2.2 Wirkungen (Relevanz: hoch)

Messbare Wirkungen: Subjektive Wahrnehmung: Durch meine Tätigkeit werden Burn out und Krankenstände reduziert. Weiters steigt der Level der Eigenverantwortung und der Sinnfindung für die KundInnen. Energien, die in Konflikten gebunden sind, werden wieder frei für konstruktives Handeln. Selbsterkenntnis steigt. Objektive Messungen meinerseits gibt es nicht. Sehr wohl gibt es statistische Daten der Pensionsversicherungen über die steigende Zunahme der psychischen Belastungen und Burn out am Arbeitsplatz und daraus folgenden Arbeitsunterbrechungen.

Inwieweit meine ehrenamtlichen Tätigkeiten eine gesellschaftliche Wirkung haben, wird die Zukunft zeigen. GWÖ & die Bank für Gemeinwohl ist jedenfalls in aller Munde. Die Plattform Zivilgesellschaft ist beim Land Kärnten bereits bekannt. Sobald wir den ersten Termin beim Verfassungsausschuß haben, wissen wir mehr über unsere Wirkung.

Der auf der Homepage veröffentlichte Gemeinwohlbilanz-Bericht hat ebenso eine Wirkung.

Meine Tätigkeit ist für mich ausgewogen und stimmig. Regelmäßige Verantwortungsübernahme für den Beitrag zum Gemeinwesen ist gegeben.

E2.3 Intensität (Relevanz: niedrig)

Sämtliche Maßnahmen sind dauerhaft verankert. Geldleistungen mittels Daueraufträge. Ehrenamtliches Engagement durch meine Haltung und guter Work- Life Balance.

E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

E3.1 Absolute Auswirkungen (Relevanz mittel)

Kennzahlen: Auflistung aller Emissionen/ möglichen negativen ökologischen Auswirkungen (gerne auch differenzierter)

Aspekt	Gesamt/ Jahr	Pro MA	Vergleich Branche
Strom/ Energieverbrauch in KWh	530 kwh Praxis (250 kwh Strom für Heizungssteuerung im Keller Heizung betreibt 2 Häuser mit 3 Parteien) ; Unternehmensanteil 60KW	~100 KundInnen (Stundenweise) 5 PraxismieterInnen (Stundenweise) und deren KundInnen → auf pro schwer unterbrechenbar	Vermutlich schwer vergleichbar, da jede Praxis anders organisiert ist?
CO2 Ausstoß aufgrund von Heizung/ Wärme/ Sonstiges/	Pelletsproduktion? Pelletsverbrennung? CO2? (Mit Hersteller klären)		?
CO2 Ausstoß aufgrund von Transport mit Auto	2.500 KG; Kompensation ist gegeben		?
Wasserverbrauch in L/Tag od. Monat	20.000 l/ Jahr (WC auch mit Brauchwasser aus der Regenwassersammelanlage)		?
Müll unterteilt in Schadstoffklassen in t	50kg Restmüll; 12 kg Papier		?
Weitere Emissionen in entsprechender Maßeinheit			?

Absolute ökologische Auswirkungen: Siehe (OEF) Ökologischer Fußabdruck & Zahlen bei bei C3 ; Raumtemperatur Praxis: 20 Grad Celsius; Decken sind gegeben; In den Übergangszeiten mit Elektroradiatoren bei Bedarf;

Auto ist ein VW Passat (BJ 2002; KW 66; Diesel; Km Stand bei Kauf ~99500 km); gebraucht 7.2008 über regionale Autowerkstätte Dragan gekauft.

KFZ Haftpflichtversicherung – Zürich Versicherung (530€/Jahr) ab 07.2008; seit 2011 Firmenwagen mit ~ in Summe 19.000km /Jahr→ 70% Firma : 30% Privat;

E3.2 Relative Auswirkungen (Relevanz: hoch)

Relative ökologische Auswirkungen: Ich denke Im Branchendurchschnitt (keine Vergleichsdaten gegeben); Reduktion Wasserverbrauch durch Verwirbler; bei Auto CO2 Zertifikat → Geld für Projekten zur Co2 Reduktion; Ökostrom; Mitfahrgelegenheit im Auto biete ich immer an. Aktives Carsharing bei gemeinsamen Terminen der Intervision, GWÖ u der Plattform. CO2 bei Pellets Heizung noch klären

E3.3 Management und Strategie (Relevanz: hoch)

Bewusstsein ist gegeben. Der Gemeinwohl Bericht ist mein Management- Instrument sowie meine beiden jährlichen Reflexionsrunden.

E4 MINIMIERUNG DER GEWINNAUSSCHÜTTUNG AN EXTERNE

Trifft für EPU nicht zu

E5 GESELLSCHAFTL. TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG

E5.1 Transparenz

Transparenz des Unternehmens:

Inhaltlicher Umfang: Vollständig transparent über Homepage.

KundInnengruppen: 80% Sozial- & Bildungsbereich; 10 % Wirtschaftsbereich; 10% Paare/ Einzelpersonen

Reichweite Berührungsgruppen: allgemein passive Transparenz über Internet, Visitenkarten , Beschilderung und Infos an die Nachbarn

Reichweite Standorte: Alle (es gibt nur einen)

Der GWÖ Bericht enthält eine umfangreiche Beschreibung jedes Indikators und wird auditiert. Wird auf der Homepage veröffentlicht.

E5.2 Mitbestimmung

Auflistung der Mitbestimmungsformen im Berichtszeitraum

Art der Entscheidung	Eingebundene Berührungsgruppen	Wer hat wie entschieden?
Ruhestörung: Lautstärke bei Veranstaltungen; Parkplatzlärm	Nachbarn	Ich unter Berücksichtigung der Einwände→ Hinweise an meine KundInnen
Parkplatzsituation	Verstellte Parkplätze der Nachbarn	Ich unter Berücksichtigung der Einwände→ Hinweise an meine KundInnen→ (und Parkplatzbau (2011) vor meiner Praxis)

Mitbestimmung beim Unternehmen durch Gesellschaft/ Berührungsgruppen:

Art der Mitbestimmung: Gesellschaft reaktiv . KundInnen aktiv: Das Feedback der KundInnen führt zur aktiven Veränderungen der Supervision und Seminargestaltungen

Umfang der Mitbestimmung: gesetzlich geregelte und Nachbarschaftsfriede

Umfang der Berührungsgruppen: Nachbarn bei Bauvorhaben und Ruhestörung

Für mehr Mitbestimmung fehlen Erfahrungen und Motive in wie weit diese bei mir als EPU in dieser Branche Mitbestimmen sollten.

AUSBLICK

KURZFRISTIGE ZIELE

Welche kurzfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 1-2 Jahre)?

Informative GWÖ Bilanz veröffentlichen; GWÖ Bericht querlesen lassen; Homepage Barrierefreier machen: Die Entwicklungsmöglichkeiten und Rückmeldungen vom Audit aktiver einweben→ habe diese extra zusammengefasst und nehme diese jetzt als Orientierung durchs Jahr; Zu Bank für Gemeinwohl wechseln; Rampe für Treppe (Angebote bereits eingeholt) .

LANGFRISTIGE ZIELE

Welche kurzfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 3-5 Jahre)?

Zertifizierter GWÖ Berater, GWÖ Referent bleiben; Plattform Zivilgesellschaft Kärnten (Energiefeld Kärnten ist da dabei) partnerschaftliche Zusammenarbeit mit Land Kärnten bewirken; Workshops für EPU's/KMU's anbieten innerhalb des Energiefeldes Kärnten/Osttirol. Die Punkte aus Entwicklungsmöglichkeiten der Bilanz Analyse Punkt für Punkt um zu setzen;

Stück für Stück unternehmerisch & persönlich weiter entwickeln.

EU KONFORMITÄT: OFFENLEGUNG VON NICHT-FINANZIELLEN INFORMATIONEN (EU COM 2013/207)

Im Mai 2014 stimmte der Ministerrat der EU einer Richtlinie zu, die noch in nationales Recht umzusetzen ist. Die offenzulegenden Informationen (obligatorisch ab 500 Mitarbeiter) sind

- Beschreibung des Geschäftsmodells. Was ist der Zweck des Unternehmens, womit wird Nutzen gestiftet für Kunden, wodurch werden Gewinne erwirtschaftet.
- Welche Politiken verfolgt das Unternehmen, um die Einhaltung der gebotenen Sorgfalt (due diligence²) in **Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelangen, zur Achtung der Menschenrechte und zur Bekämpfung von Korruption** zu gewährleisten?
- Was sind die primären Risiken der Geschäftsprozesse in diesen Feldern?
- Was sind die primären Risiken der Geschäftsbeziehungen, Produkte und Dienstleistungen in diesen Feldern?
- Wie werden diese Risiken gehandhabt? Mit welchen Ergebnissen?
- Offenlegung relevanter nicht-finanzieller Leistungsindikatoren

² Gebotene Sorgfalt / Due Diligence: Ermittlung der negativen Auswirkungen der Geschäftstätigkeit auf Mensch und Umwelt, Reduzierung negativer Effekte und Wiedergutmachung für eingetretene Schäden. Achtung: Die konventionelle Auffassung bezieht viele Externalisierungseffekte nicht ein.

BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ

Wer war bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz/ dem GWÖ-Bericht von Unternehmen involviert?
Welche Stakeholder waren involviert?

Wie Sie im Bericht erkennen werden bin ich trotz all der Grundhaltungen erst am Anfang, wie viele von uns - aber ich bin dabei! Ich habe vieles für mich noch genauer nach dem ersten Audit erkannt. Beim aktuellen Bericht gab es wiederum weitere Erkenntnisse. Vor allem: was bringt mir die GWÖ und das Berichtschreiben. Ich verwende den Bericht jetzt erst richtig als Management – Instrument für mein Unternehmen. Die Anregungen aus dem Audit und die Fragen aus der Berichtsvorlage/ Handbuch werden dankbar aufgegriffen.

Weiters erleben ich durch das Mitgestalten an der GWÖ – Bewegung eine Stärkung meiner inneren Grundhaltungen & Werte. Die Bereicherung durch neue Kontakte mit Menschen, die ähnliche Wertehaltungen vertreten erlebe ich als extrem förderlich für meine unternehmerische & persönliche Entwicklung. Dank an die GWÖ – Idee & Bewegung!

Der Bericht 2012 war in zwei Tagen Reflexion und Zusammenfassung verfasst. Der Bericht 2013/2014 ist laufend über die Jahre ergänzt und jetzt in die neue Form zusammengefasst worden.

Name + Position/ Verbindung zum Unternehmen

Roland Jaritz; Keine Stakeholder

Über welchen Zeitraum wurde beides erstellt?

Erstellt: 1-2.2015;

Der Berichtszeitraum umfasst 1.1.2013 bis 31.12.2014. Eine feinere Differenzierung nach Jahr ist für mich als EPU mit zuviel Aufwand verbunden und aus meiner Sicht auch nicht sinnvoll. Für die KonsumentInnen ist Einsicht in mein Unternehmen gegeben - wie ich denke und handle. Wichtig ist für mich, dass es eine Weiterentwicklung gibt, Stück für Stück und jede/r in seinem/ihrem Tempo.

Wieviele Frau/Mann-Arbeitsstunden wurden dafür verwendet?

15 h

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

Ich denke regelmäßig über die Anregungen, die bereits beim Berichtschreiben gekommen sind, nach und was ich als nächstes integrieren könnte. Veröffentlichung auf der Homepage.

Datum: 6.2.2015