

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname: Roland Jaritz / Welten-verbinden



Rechtsform: Einzelunternehmen

Website: www.welten-verbinden.at

Branche: Unternehmensberatung; Supervision & Coaching

Firmensitz: 9020 Klagenfurt, Lexergasse 6

Gesamtanzahl der Mitarbeitenden: 0

Vollzeitäquivalente: 0

Saison- oder Zeitarbeitende: 0

Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen: Das Unternehmen ist in meinem Eigentum

Berichtszeitraum: Der Bericht umfasst den Zeitraum von 1.1.2015 bis 31.12.2017.

Kurzpräsentation des Unternehmens

Beratungen & Supervisionen 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 (KundInnen aus ganz Kärnten), flexible Mobilität meinerseits in ganz Kärnten und laufende Interventionen & Weiterbildungen.

Mein Wirken in der Gemeinwohlökonomie, der jeweilige konkrete GWÖ-Auditprozess und das Verständnis von der Bank für Gemeinwohl sowie der Aktiv - Demokratie verändern meinen Horizont über gemeinwohlorientierten Gestaltungsmöglichkeiten und mein Bewusstsein.

Das genaue Angebot ansehen Sie auf der Homepage www.welten-verbinden.at.

Wertschöpfung teilen u. Kooperation führt zu mehr Lebensqualität!

Produkte / Dienstleistungen

1) Supervision & Coaching; Unternehmensberatung (GWÖ, HR, OE); Schulentwicklung; Ehe- Familien- Lebensberatung; Männer & Burschenberatung

EBIT (Gewinn vor Zinsen u Steuern)

Umsatz: 2013: 39.000€

2014: 37.500€

Umsatz: 2015: 32.500€ (GWÖ- Anteil: 0)

2016: 50.500€ (GWÖ- Anteil: 1700€)

2017: 56.500€ (GWÖ- Anteil: 3000€)

2) Vermietung der Praxisräumlichkeiten an Start-ups:

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

Umsatz Netto: 2013: 2500€

2014: 3500€

Umsatz Netto: 2015: 2500€

2016: 3000€

2017: 4400€

1 + 2 Zusammen:

Umsatz: 2015: 35.000€	Kosten: 20.000€	Gewinn: 15.000€
-----------------------	-----------------	-----------------

2016: 53.500€	Kosten: 34300€	Gewinn: 19.200€
---------------	----------------	-----------------

2017: 60.900€	Kosten: 35200€	Gewinn: 25.700€
---------------	----------------	-----------------

EBIT (Gewinn vor Zinsen u Steuern)

3) Dauer-Vermietung einer Wohnung ab 12. 2016

Kredit- Rückzahlung: von der ausgeliehenen Summe 95.00€ ab 12.2016→ sind 140.000€ rück zu zahlen; → 5000€ / Jahr

Mieteinnahmen: 5200€ / Jahr

4) unselbständige Arbeit: kleine Anstellung bei SOB Waiern, Feldkirchen. Fachschule für Sozialbetreuungsberufe (Supervision der TeilnehmerInnen). Der Verdienst (12000 Netto/Jahr) hierbei ist nicht in den Bericht integriert.

Das Unternehmen und Gemeinwohl

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:

z. B. war ich 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 intensiv beschäftigt, da ich auch bei der Grünen Partei tätig war und dort dieses Thema Alltagsgespräch ist - Wo (Natur, Energie, Finanzwesen, Wirtschaft, Menschenrechte, etc) wie am besten gestalten?

Weiters bin ich in der Kärntner Regionalgruppe als auch Referent bei „Bank für Gemeinwohl“ seit anbeginn 2010 dabei. Deshalb war für mich der Zugang, nun als Unternehmer zur GWÖ, damals der nächste sinnvolle Schritt. 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. Jetzt bin ich aktuell im GWÖ Energiefeld Kärnten/Osttirol für die Moderation und als zweiter Koordinator zuständig. Wir haben gemeinsam mit anderen Organisationen in Kärnten die „Plattform Zivilgesellschaft Kärnten“ aufgebaut und sind da in Kontakt mit dem Land Kärnten.

Seit 2010 bin ich auch GWÖ- Referent, dann im AK Moderation und seit 2014 zertifizierter GWÖ- Berater. Von 2015 bis 2017 bin ich im Koordinationskreis der BeraterInnen zuständig für die Gesamt-Koordination - eine neue spannende Rolle. Seit 2017 bin ich im Projektteam der Aktiv- Demokratie tätig. Es geht hierbei um die Weiterentwicklung der direkten Demokratie in Österreich, was sicherlich auch Einfluss auf die Unternehmensgestaltungen hinsichtlich demokratischer Prozesse innerhalb eines Unternehmens haben wird.

Basiswerte & Grundhaltungen für Geschäfts-Handlungen

Werte der Gemeinwohlökonomie (GWÖ) und der eigene Beitrag zur Erreichung der Sustainable Development Goals (SDGs - UN-Entwicklungsziele) sind die Basiswerte des Unternehmens kombiniert mit einer Integralen Grundhaltung.

WERT	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
BERÜHRUNGSGRUPPE				
LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette
EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	B4 Eigentum und Mitentscheidung
MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz
KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	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
GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	E2 Beitrag zum Gemeinwesen	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Die Ausgangsbasis stellen alle 20 Themen dar, die zu jeweils 50 Punkten gleich gewichtet werden.

	Skalenbereich
Vorbildlich	7 – 10
Erfahren	4– 6
Fortgeschritten	2– 3
Erste Schritte	1
Basislinie	0 (Gesetzliche Vorgaben)

DIE SDGs IM ÜBERBLICK



THE GLOBAL GOALS

For Sustainable Development

www.globalgoals.org

SDGs und GWÖ

Wert	Menschenwürde	Solidarität & Gerechtigkeit	Ökologische Nachhaltigkeit	Transparenz & Mitentscheidung
Berührungsgruppe				
A: Lieferant*innen	A1 Menschenwürde in der Zuliefererkette 1 2 3 4 5 6 8 10 12	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zuliefererkette 1 2 3 4 10 12	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zuliefererkette ^a 6 7 12 13 14 15	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zuliefererkette 10
B: Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln 8	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln 1 8	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung 3 6 7 8 9 11 13 14 15	B4 Eigentum und Mitentscheidung 10 16
C: Mitarbeitende	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz 3 4 5 8 9 10	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge 1 3 5 8	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden 3 7 12 13 14 15	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz 10
D: Kund*innen & Mitunternehmen	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen 10 12	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen 9 17	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen 6 7 12 13 14 15	D4 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz 12
E: Gesellschaftliches Umfeld	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen 3 10 12	E2 Beitrag zum Gemeinwesen 8 9 10 11 16 17	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen 3 6 7 12 13 14 15 17	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung 10 16 17

Testat



TESTAT: AUDIT		KOMPAKT		Gemeinwohl-Bilanz 2015-17	für: Jaritz - Welten verbinden Auditor*in: Angela Drosig-Plöckinger
WERT	BERÜHRUNGSGRUPPE	MENSCHENWÜRDIGKEIT	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
A:	LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette 40 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette 10 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette 40 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette 10 %
B:	EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln 10 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln 10 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung 50 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung - %
C:	MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz 100 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge 100 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden 80 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz - %
D:	KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen 50 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen 60 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen 50 %	D4 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz 30 %
E:	GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen 80 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen 80 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen 20 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung 80 %
Testat gültig bis: 31.12.2020					BILANZSUMME 441

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. Nähere Informationen zur Matrix, den Indikatoren und dem Audit-System finden Sie auf www.ecogood.org

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Umsatz 1 + 2 Zusammen:

Umsatz: 2015: 35.000€	Kosten: 20.000€	Gewinn: 15.000€	:12→1250€
2016: 53.500€	Kosten: 34300€	Gewinn: 19.200€	:12→1600€
2017: 60.900€	Kosten: 35200€	Gewinn: 25.700€	:12→2140€

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

- Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden → **Tabelle A1 in rot** (A1)
- Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt → **Tabelle A1 in türkis** (A2)
- Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind.--> **Tabelle A1 in grün** (A3)
- Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt → **Tabelle A1 in violett** (A4) leider nein

Laufende Ausgabenposten	2015 %	2016 %	2017 %	Erläuterung und (soziale, ökologische, regionale) Bewertung	Zertifikate
Versicherungen SVA u. Rest	900 600→ 1.500€ 8%	6.500 800→ 7.300€ 19%	9.700 700→ 10.400€ inkl. Rück- zahl- ungen 30%	Gewerbliche Pflichtsozialversicherung (SVA) ; Betriebsausfallversicherung , Autoversicherung (Zürich AG + Donau Versicherung), Rechtschutzversicherung (Zürich AG/ Wiener Städtische). Bonus Vorsorge Kasse (Pflicht für Unternehmen) ; Neu ab 12. 2016: Kreditabsicherungsversicherung Haus	
Miete Praxis Konto: 7000	3100€ 15%	3100€ 9%	3100€ 9%	Energieausweis vorhanden; Angebot für die Nutzung durch Dritte ist gegeben; Wohnung (1 St) und Praxis (EG) getrennt im selben Haus;	

BK inkl. Heizung Konto: 7040	1.600 7%	1.400 4%	2.400 7%	STW Klagenfurt Wasser mit Granderergänzung; Pelletsheizung mit regionalen Pellets Müllentsorgung STW Klagenfurt 100% Pellets; regionaler Kauf;	
Auto Konto: 7560	2.900 15%	3.700 11%	3.400 10%	VW Passat BJ 2002 , Diesel; Service bei regionale Werkstatt „Dragan“ Klagenfurt; Tankstellen- meistens bewusst OMV; mehrfach Kompensation mit https://www.atmosfair.de	Atmosfair ist Gemeinnützig
Weiterbildungen & GWÖ Treffen EBIS Treffen 2018 Aktiv Demokratie Treffs Konto 7750	2.900 15%	2.500 7%	1.800 5%	Anreise so oft als möglich mit dem Zug (ÖBB); DACH Treffen; SEB/ Ebis Treffen Übernachtungsorte extern mit Zertifizierungs Labels	
Steuerberater Konto: 6400	1.500 7%	3.400 10%	2.000 6%	Einkommensteuer- u. Umsatzsteuererklärung; regional	
Visitenkartenerstellung + Homepagewartung , Werbung –Inserate Konto: 4900 + 6600 + 6620	800 4%	4.400 13%	2.600 7%	Regionaler Grafiker, „Erich Bauer“ Klagenfurt ; Internetplattform Suchmaschine Best Net; Kleine Zeitung Folder; WK Folder; Polizei Folder	
Öko Flip-Papier, Öko Druckerpapier ; Farbstifte; Kreiden ; Bleistifte, Kulis; Beratungs- Material ; Kuverts ; Öko-Druckerpatronen Konto: 4850 + 4870	800 4%	1.400 4%	1.400 4%	100% Recycling; Flip verwen- de ich beidseitig; Restpapier als Notizzettel; Nachfüllbare Stifte; Kuverts Recycling Papier; Krieden statt Stifte zum schreiben auf Flipp; Einkauf bei regionalen Fachhandel „Streyn“ Druckerpatrone Emstar (Blauer Engel: regionaler Betrieb) inkl. Sammlung für Wiederbefüllung; Bestellung auch bei Memo (Öko Büromaterial)	Blauer Engel; Österreich- isches Umweltzeichen;
Internet, Software Handy Konto: 6310 Handy +6311 Int	900 400→ 1300€ 4%	600 400→ 1000€ 2,8%	900 350→ 1250€ 3%	Provider (Internet Zugang - UPC- Klagenfurt; Homepage Provider: Hostprovis- Villach ; Handy Samsung (Drei Österreich)→ wech hsel 2017 zu	

				Fairphone (T Mobile) 2018 Datenbackup am regionalen SonnenPC?	
Berufsverbände Konto: 7450	1000 5%	1000 3%	1000 3%	Mitglied in mehreren Berufsverbänden (ÖVS- osterreichischen Verein für Supervision; Imago Austria; Steigl's- steirische Gesellschaft für Lebensberatung; Wirtschaftskammer für drei Gewerbe; Grüne Wirtschaft ; GWÖ Mitgliedschaft)	
Fachliteratur Konto: 7810	500 2,5%	200 0,6%	200 0,6%	Bestellung bei regionalen Fachhandel „Heyn“(GWÖ Unternehmen); keine Amazon Bestellungen	
Sonstiges:Spenden; Hemdenreinigung	500 2%	500 1,5%	500 1,5%	Spenden 400/ Jahr; Hemdenreinigung bei sozialen Betrieb Pro Mente→ Schätzung	
Öffentlicher Verkehrsnutzung	2%	2%	2%	Schätzung!- keine Erhebung Arbeitsbedingungen? Gewerkschaften?	
Energie/ Strom	130 0.3%	180 0.5%	180 0,5%	100% Ökostrom von Ökostrom Wien	
GWÖ Beraterabgabe	-----	170 0,5%	300 0.8%	10% vom GWÖ Umsatz an die GWÖ GmbH	
Bewirtung	170 0.8%	100 0,3%	250 0.7%	Fair Trade Getränke, Fair Trade Kaffee von regionaler Rösterei, Fingerfood (Fairtrade und andere); Recycling Toilettenpapier; Öko Reinigungsmitte , wiederaufladbare Batterien; Einkauf bei DM und EZA Klagenfurt	Faire Trade; EG Bio Siegel; Sonnentor; Demeter; Frosch; Ecover; Bio Austria; Spar Natur Pur
Kredit für extra Wohnung (fremdvermietet)	0%	420 x1 12%	420 x12 → 5040 15%	Vermietet an Dritte ab 12. 2016	

Hierarchie Einkaufsbestimmung:

Nachhaltig -> qualitativ -> ökologisch -> regional → ökonomisch

Einmalige Beschaffung 2008:

Auto ist ein VW Passat (BJ 2002; KW 66; Diesel; Km Stand bei Kauf ~99500 km); gebraucht 7.2008 über regionale Autowerkstätte Dragan gekauft und wird noch gefahren, bis der Zeitpunkt für E Auto günstig ist. Ist in Summe aktuell ökologisch günstiger als ein neues E - Auto zu kaufen.

Einmalige Beschaffung 2009- 2012: Apple PC mit Windows-Programmen, HP

Tintenstrahldrucker Drucker, Tinte inzwischen nachfüllbar von regionalen Betrieb; 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€

- Nach welchen Kriterien werden Lieferant*innen ausgewählt?

Kriterien Region:

„Eine Region nach Leopold Korr ist ung. 22km“

Regionaler Produzent / Dienstleister, denn ich persönlich kenne und vertraue

Regionaler Produzent / Dienstleister zertifiziert

Kriterien für Einkauf nach Zertifizierung:

Zertifizierter Produzent / Dienstleister

Produzent / Dienstleister mit Werten, die mir wichtig sind

Regionale Produzenten/ Dienstleister

Sonstige Produzenten / Dienstleister

Fragestellungen vor einem Einkauf:

Brauche ich es wirklich wirklich? Vermeidung von Beschaffung?

Kann ich selber herstellen?

Bevorzugung von nachhaltige u regionale LieferantInnen

Gebrauchte Güter bei größeren Anschaffungen

Vermeidung von Online Einkäufen bei ausländischen Webshops

Wahrnehmung von fairen Arbeitsbedingungen

Plastikreduktion

Einkauf mit Rad

Bei Einkäufen bei den MitarbeiterInnen der Betriebe nachfragen nach Zertifikaten bzw . gelebten Werten, regionaler Herkunft, etc.

Weiters: Aboment von Zeitschrift „Konsument“→ laufende kritische Produktprüfung und Studium vor Produktkauf (Ethik Ranking; Berücksichtigung der Obdoloszens); Laufend Internetrecherche über Alternativprodukte; offenes Bewusstsein und Verbesserungswille; Ich achte auf lange Nutzungsdauer; 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 Gütesiegel und Regionalität→ ich bin ein treuer langfristiger Kunde
 Kaufe Produktvorlagen für Seminare nach statt diese zu kopieren und gebe die Quelle bekannt.

- Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette überprüft bzw. evaluiert?

Durchführung des GWÖ- Audit 2012 & 2014 zur Bewusstseinshebung; Durch Mitgestaltung am GWÖ Meta Label Entwicklung 2017.
 Eine echte Evaluation findet nicht statt

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Fairphone 2 Handy; nachfüllbare Druckerpatronen; Bestellung bei Memo Nachhaltiges Büro; Kriterienverfeinerung

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Kurzfristig

Mittelfristig

Langfristig

Kosten nichts / wenig / viel→ Zahlen? Kundenabgang ist deshalb keiner zu erwarten.

Einkaufsgemeinschaft mit EPU's bzw. innerhalb der GWÖ - KollegInnen um leistbarere und intensiver Öko- und Fairtradeprodukte zu beziehen;

LieferantInnebewertung genauer durchführen→ Erhebung der Zertifikate

Reinigungsfachkräfte geringfügig Anstellung? → 196; 8h / Woche gemeinsam mit KollegInnen

2018 Kompensation bei Atmosfair des PC- Server CO2s; → bereits geschehen, 150€;

Green IT, CO2 freie Internetseite und Mail

2018 gebrauchter Appel Laptop→ bereits erledigt

A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Menschenwürde in der Zulieferkette bei den wesentlichen Lieferant*innen nicht verletzt wird?

Ja

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Maßnahmen dazu sind: Thematisierung der Zulieferkette beim Einkauf für ÖKO Flipcharts und ÖKO Kugelschreiber; Sonst keine Aktivitäten

Keine bewusste Förderung des solidarischen Umgangs außer dem Nachfragen beim Kauf, woher es kommt, wie es produziert wurde, etc. Erkenntnisse dabei, die VerkäuferInnen wissen dazu wenig bis nichts.

Prüfungsprocedere und Kriterien sowie Sanktionen sind noch nicht definiert. Wenn Kriterien nicht erfüllt, dann Hinweis auf Änderung. Wenn keine Veränderung, dann Wechsel, sofern vorhanden zu einem anderen Produkt / Dienstleistung. Hängt auch von der gebrauchten Menge ab.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

2017 Fairphone 2;

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Kurzfristig

Mittelfristig: LieferantInnebewertung genauer durchführen → Erhebung der Zertifikate
Prüfungsprocedere und Kriterien definieren

Langfristig

Kosten nichts / wenig / viel → Zahlen? ; Kundenabgang ist deshalb keiner zu erwarten-

A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Kann das Unternehmen bestätigen, dass Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette nicht verletzt sowie die Marktmacht bei den wesentlichen Lieferant*innen nicht ausgenutzt werden?

Ja

A3 Ökologische Nachhaltigkeit In der Zulieferkette

Die Kriterien für die Auswahl von Produkten und Dienstleistungen sind Umweltschutz-Zertifikate vorhanden oder nicht. Bzw. kenn ich den Produzenten / Vertrieb persönlich und es wird mir Glaubwürdigkeit vermittelt.

Ökologische Risiken werden aktuell in der Zulieferkette nicht richtig evaluiert.

Sehr hohes Bewusstsein zur ökologischen Nachhaltigkeit und konkretes Verhalten nach solchen Produkten auch zu suchen, ist gegeben.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

2017 Fairphone 2;

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Kurzfristig: Klasse von Energieausweis ergänzen

Mittelfristig: Elektroauto / Wasserstoffauto für 2018 in Planung

Veranstaltungen nach Kriterien Green Meetings/Events zu machen;

Praxisräume mit Übernachtung Air BnB wo Steuern gezahlt werden

Langfristig

Kosten nichts / wenig / viel → Zahlen? Kundenabgang ist deshalb keiner zu erwarten-

A3 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Produkte/Dienstleistungen zugekauft werden, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen?

Ja

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Es sind mir keine Logos bekannt!

Aktuell ab und zu Austausch zu diesem Thema „Transparenz u Mitentscheidung“ beim Einkauf.

Aktuell gibt es keine Maßnahmen dies zu fördern. Kriterien, wie eine Förderung gestaltet werden kann, sind dazu noch nicht definiert.

Ein Prüfungsprocedere und passende Kriterien sind dazu noch nicht definiert.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Kurzfristig

Mittelfristig: LieferantInnenbewertung genauer durchführen→ Erhebung der Zertifikate
Prüfungsprocedere und Kriterien definieren

Langfristig

Kosten nichts / wenig / viel→ Zahlen? Kundenabgang ist deshalb keiner zu erwarten-

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Auflistung Eigen- und Fremdkapital-Anteil

Eigenkapital Unternehmensberatung; Praxisvermietung	100%-Anteil Gesamtkapital
Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche	100%
Fremdkapital	0%-Anteil Gesamtkapital

Eigenkapital Wohnungskauf	0%-Anteil Gesamtkapital
Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche	0-20%
Fremdkapital	80-100%-Anteil Gesamtkapital

Auflistung Aufteilung der Finanzierungsformen/ Fremdkapitals

In % der Finanzierung	Abwicklung über folgenden Finanzdienstleister
<u>100%</u>	<u>Sparkasse Steiermark; 95.000 für Wohnungskauf zum Vermieten</u>

Das eigentliche Unternehmen besteht zu 100% als Eigenkapital.

Finanzierung von Ausgaben manchmal durch Ratenzahlungen.

Bankkredit ist nur für die Anschaffung einer Wohnung zum Vermieten seit 12.2016. gegeben.

Gemeinwohlorientierte Veranlagung ist gegeben:

Jahr	Plattform & Was	Bei wem	Höhe	Rendite %
2015	Genossenschaft f Gemeinwohl GfG & Bank für Gemeinwohl; Genossenschaftsanteil; Finanzwesen	Bank für Gemeinwohl; Wien	300	0
2016	EU- Genossenschaft Gemeinnützig Genossenschaftsanteil; E-Mobilität; Erneuerbare Energien	Family of Power; Klagenfurt	200	0

2017	Crowdcoopfunding; Genossenschaftsanteil faire Mode	Göttin des Glücks; Wien	200	Einkaufsgutscheine; 2018 abgebrochen
2017	Crowdcoopfunding; Genossenschaftsanteil; Regionalwährungen	Allmende; Bregenz	200	0 bis
2017	Crowd Gennossenschaft für Gemeinwohl; Spende; Ausbau; Reparieren statt wegwerfen	R.U.S.Z.; Wien	100	0
2017	Crowd Green Rocket; Genossenschaftsanteil; Photovoltaik Netz Ausbau für PrivatbürgerInnen	GW Energie- Holding, Wien	500	6

Das Motiv für die Beteiligungen ist, diese Themen zu unterstützen, die in die Welt positiv verändernd wirken.

Auflistung sonstiger Kapitalanlagen

In % der Veranlagung	Abwicklung über folgenden Finanzdienstleister
2%	Zurich AG

Alle meine Unternehmens-Versicherungen sind hier abgeschlossen. Zürich AG war im ranking 2011 u 2015 „Great place to work“ unter den ersten 10. Ebenso Auszeichnung der „Betrieblichen Gesundheitsvorsorge“ 2017. Weiters wird das Womans Innovation Network und CSR gestaltet: <https://www.zurich.at/ueber-uns/engagement/soziale-verantwortung>

Gleichzeitig ist sie eine AG und das Thema Nachhaltige Veranlagung ist noch nicht wirklich umfassend umgesetzt, zumindest in der Vorsorge Bereich Lebensversicherung: Fair Basket → Fonds von Forum für nachhaltige Geldanlagen als nachhaltig (ohne Siegel) bewertet.

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

Stehe für Bürgschaften bei mehreren sozialen Projekten.

- Welche Formen und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/oder über Ethikbanken konnten umgesetzt werden?

Für den Wohnungsbau gab es aktuell keine besseren Alternativen; immerhin eine Sparkasse – Kärntner Sparkasse

- Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken verringert werden?

Durch Fremd- Finanzierungen mittels Familien- Freundeskreis. Ist aktuell nicht geplant, sondern rasche Abzahlung in 10 Jahren.

- Wie sind die Finanzpartner*innen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten?

Auflistung der Finanzdienstleister

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

Ethisches Finanzmangement 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.

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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Gemeinohlorientiertes Veranlagen von Gewinn → siehe Tabelle
Ehrenamtlich tätig in der Bank für Gemeinwohl Regionalgruppe Kärnten.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Kurzfristig: Bankwechsel zu „Bank für Gemeinwohl“

Mittelfristig: Unternehmensleitbild;

Wechsel bei Unternehmensvorsorge zu VBV- Versicherung AG Wien

<https://www.vorsorgekasse.at>

Rücklagenbildung bei Bank für Gemeinwohl

Nachfragen bei Zürich AG wegen nachhaltiger Veranlagung , wenn nicht ausreichend. Dann Wechsel von Zurich Ag zu anderer Gemeinwohlorientierter Versicherung.--> Anfrage läuft
Wechsel mit Auto dorthin...Versicherung nach ökologischen Auswirkungen..https://www.vcd-service.de/eco_line_kfz_versicherung.html?&scale=0

Nachfragen bei SVA wo diese Veranlagen!

Langfristig

Kosten nichts / wenig / viel→ Zahlen? Kundenabgang ist deshalb keiner zu erwarten-

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

	2015 Tsd. Euro	2016 Tsd. Euro	2017 Tsd. Euro	2018-2019
Mittelüberschuss aus allen Einnahmenquellen (Einnahmen minus Ausgaben= Cashflow; Abschreibungen nicht berücksichtigt) aus laufender Geschäftstätigkeit	10	12	16	
Gesamtbedarf Zukunftsausgaben	0	2	2	
Getätigte/r strategischer Aufwand/strategische Ausgaben	keine	2 Finanzierung GWÖ Projekte	1 +1 Finanzierung Gwö+ Demokratie Projekte	PV Anlage?
Anlagenzugänge	keine	0.5 Rampe	0,5 Fairphone 2	PV Anlage? E Auto?
		100 Wohnung		
Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn)	keine	keine	keine	
Auszuschüttende Kapitalerträge	Keine EPU	Keine EPU	Keine EPU	

Notwendige Zukunftsausgaben gibt es nicht und deshalb auch keine Deckung bzw Risikovorsorge. Zur Verbesserung der Nachhaltigkeits- Gesamtwirksamkeit und damit auch der GWÖ Bilanz sehr wohl:

Rampe für Rollstuhl: 500 €→ laufendes Budget

Handy Fairphone 2: 600 €→ laufendes Budget

Umstieg auf Wasserstoff- / Elektro Auto Hybrid : 25.000 €→ Leasingbasis

2018-2019 Planung einer PV Anlage in Crowd- Gassengemeinschaft

Es sind keine bis sehr geringe Kapitalerträge durch gemeinwohl- orientierte Veranlagungen gegeben.

Weiters zahle ich seit 2017 Steuern und Sozialversicherung über Monatsraten um mich zu Entstressen. Ist sozial mir selbst gegenüber.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Rampe für Rollstuhl: 500 € → laufendes Budget

Handy Fairphone 2: 600 € → laufendes Budget

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Kurzfristig

Mittelfristig: Rücklagenbildung?

Laufend solche Tabellen pro Jahr machen

Strategisch 2018 neue Homepage

Langfristig

Kosten nichts / wenig / viel → Zahlen? ; Kundenabgang ist deshalb keiner zu erwarten-

B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Verteilung von Geldmitteln trotz stabiler Gewinnlage fair erfolgt?

Ja

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Investitionen in 1000 Euro:

	2015	2016	2017
Investitionsplan inkl. ökologischer Sanierungsbedarf	-----	-----	-----
Realisierung der ökologischen Investitionen	-----	-----	-----
Finanzierte Projekte			0,5; Fairphone
Fonds-Veranlagungen	0, 3	0	1; siehe Tabelle B1

Investitionen mit ökologischen Verbesserungspotential:
 2014 die Installation einer Pellets Verbrennungsanlage.
 Im aktuellen Berichtszeitraum der Kauf des Fairphone 2.
 Aktuelle Investitionen siehe B2

Planung 2018: Wasserstoff/ - Elektroauto mit Leasing ohne Endkauf; ich muss nicht der Besitzer sein; Achten wo der Leasingvertrag veranlagt ist; Förderprogramm vom Staat für die Anschaffung eines Elektroautos

Die Beteiligung an Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte siehe Tabelle B1 (gemeinwohlorientierte Veranlagungen)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Kauf eines Faiphone 2

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Kurzfristig

Mittelfristig

Langfristig

Kosten nichts / wenig / viel → Zahlen? Kundenabgang ist deshalb keiner zu erwarten-

B3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Kann das Unternehmen bestätigen, dass das Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut oder dass zumindest eine mittelfristige Ausstiegsstrategie verfolgt wird?

Ja außer der Bedarf von Diesel für Auto (mit Wechsel auf Elektroauto ja, wobei auch hier sind dann noch die Batterien trotz recycling das ökologisch belastende Thema durch die Produktion , sowie die seltenen Erden- Abbau –Mengen global gegeben?; weiters ist es ökologischer ein altes bestehendes Auto noch zu fahren)

B4 Eigentum und Mitentscheidung

Keine Relevanz für EPU

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Betriebszugehörigkeit ist 100% seit Gründung des Unternehmens 2009

In Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten sind

Weiterbildungen: 60- 100 h /Jahr

Intervisionen/ Supervisionen: ung. 30 h / Jahr

Gesundheits-/Krankenquote sowie Fehlzeiten sind wie folgt:

Krankenstände: in Summe 1 Woche / Jahr

Trotz Krankheit in Einsatz: in Summe 1 Woche/ Jahr

Es gibt Keine Betriebs- Unfälle

Im Berichtszeitraum wurden folgende Angebote im Bereich Gesundheit / Diversität in Anspruch genommen:

Kur:

3 Wochen 2015

1 Woche 2017

Freiräume:

6 Wochen Freiraum 2015 inkl. Kur

8 Wochen Freiraum 2016 inkl. Kur

10 Wochen Freiraum 2017

Die Unternehmens-Kultur mit mir selbst und mit meinen Kund*innen ist von gelebter Wertschätzung, Offenheit und Humor getragen.

Maßnahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung und des Arbeitsschutzes sind:
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.

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.

Homeoffice ist in eigenen Büroraum in Privatwohnung. Flachbildschirm Phillips; Laptop Apple; Stuhl ergonomisch; Tisch in korrekter Arbeitshöhe;. Entschleunigung: PC wird oft bewusst nur jeden zweiten oder dritten Tag genutzt und Mails fokussiert bearbeitet. In meinen Mailabspann steht, dass ich Mails erst innerhalb einer Woche beantworte. Keine

Weiterleitung von Mails aufs Handy. Bewusste Trennung in Arbeits- und Privatlkleidung→ Umziehritual.

Regelmäßige multiprofessionelle Interventionen/ Supervisionen zur Psychohygiene→ 1x/Monat seit dem Jahr 2000. Im aktuellen Berichtszeitraum 6-8x / Jahr. Hohe Bewusstheit über die eigenen „Antreiber“ und Muster!

Ebenso Weiterbildungen zur Persönlichkeits- und Haltungsentwicklung
Seit 20 Jahren zweimal jährliche Reflexion (Innehalt) über Iststand und Zukunftsgestaltung meines privaten und beruflichen Weges → frei es dorthin zu ändern, was für mich stimmig ist→ hoher Grad an Selbstorganisation.
Tägliche spirituelle Praxis mit Übungen.

Regelmäßige Vorsorgeuntersuchungen; bewusste Ernährung (viel Obst und Gemüse; möglichst Bio) ; Teilnahme an Gesundheitsvorträgen (1/ Jahr); Fachliteratur zur Gesundheit; Durch hohe Mobilität öfters 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 größtenteils eingehalten.

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, Sexualaufklärung, Bearbeitung der eigenen Muster; Trauerbegleitung; Paarberatungen bis hin zu Team & Gruppensupervisionen und Gestaltung von OE- GWÖ- Demokratie- Prozessen in Unternehmen, Organisationen und Gemeinden sowie Schulentwicklungsprozessen. Abgerundet wird mein Angebot durch Kommunikations & Teamseminare & Konventen zu Gestaltung von Entscheidungsfindungsprozessen. Eine Spirituelle Grundhaltung begleitet mich dabei.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

6 Wochen Freiraum 2015
8 Wochen Freiraum 2016
10 Wochen Freiraum 2017

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Kurzfristig: warmes Tagesessen

Mittelfristig: Freitags freihalten von Aufträgen; Ausdauersport

Langfristig

Kosten nichts / wenig / viel→ Zahlen? Kundenabgang ist deshalb keiner zu erwarten-

C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen?

Ja

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Kennzahlen

- Durchschnittliche Arbeitszeit: Arbeitszeit ist Reisezeit, Vor –und Nachbereitungen, direkte Beratungszeit, Interventionen, Weiterbildungen, Vernetzungstreffen GWÖ ; abzüglich Urlaube & Freiräume→ eigentliche Tätigkeit: 35 h/Woche aufs Jahr bezogen bei 42 - 44 Arbeitswochen inkl. SOB. Im Frühjahr 1 Woche , Sommer 5 Wochen Urlaubsraum; Im Winter 2 Wochen; im Herbst 2;
- 2016 / 2017 Vernetzungstreffen der GWÖ BeraterInnen Kärnten- Steiermark: Live; ung. 1h/ Woche (6 x/ Jahr 5h)
- MitarbeiterInnen: keine
- Geleistete ehrenamtliche Überstunden: → ung. 8 h/ Woche (Bank für Gemeinwohl; Plattform Zivilgesellschaft; ÖVS; Schulentwicklungsberater*innen SEB; Aktiv-Demokratie)

Ehrenamtliche gemeinwohlorientierte Tätigkeiten:

2015-2017 Bank für Gemeinwohl Regionalgruppe Kärnten: Vernetzungstreffen live & online; Hintergrundarbeit; 1 h/ Woche

2015-2017 GWÖ Koordination DACH: Vernetzungstreffen live & online; Koordination; Hintergrundarbeiten; 2 h / Woche; Ende 2017 abgegeben

2015-2017 GWÖ/ Plattform Zivilgesellschaft: Vernetzungstreffen live & online; Koordination; Hintergrundarbeiten; 2 h / Woche

2015/ 2016 ÖVS (Österreichische Vereinigung für Supervision, Kärnten) Kassier; Vernetzungstreffen 0,3 h / Woche; Anfang 2017 abgegeben

2016/ 2017 WK, LSB Fachgruppe Kärnten; Vernetzungstreffen; Hintergrundarbeit; 0,3 h /Woche; Ende 2017 Abgabe, da keine Gestaltungsmöglichkeit

2016/ 2017 Schulentwicklungs- BeraterInnen Regionalgruppe Kärnten; SEB: Vernetzungstreffen; Hintergrundarbeit; 0,3 h /Woche

2017 Aktiv- Demokratie: Vernetzungstreffen online; Hintergrundarbeit; 2h/ Woche

2017 ab 11 Verantwortung Erde: Vernetzungstreffen live; Hintergrundarbeit; 2h/ Woche

In der Liste von Team Austria (Rotes Kreuz)

Ehrenamtliche Supervisionen für BegleiterInnen von Menschen auf der Flucht im Anlassfall

Mein Höchst- und Mindestverdienst (*innerbetriebliche Spreizung*) beträgt
1200-2000 netto € Entnahme

Mein Medianverdienst ist 1500 netto €

Meine Unkosten und Projektideen sind gut finanzierbar. Ich zahle mir 12 mal im Jahr durchschnittlich 1500 € aus. Meine größten Privaten Kosten sind durch die kleine Anstellung gedeckt

Der Standortabhängige "lebenswürdiger Verdienst" in Kärnten ist

1800 netto € (mit Selbständiger und Unselbständiger Tätigkeit sehr gut erreicht)

Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z. B. 38 Stunden) ist in meiner Branche nicht definiert

Meine tatsächlich geleistete Überstunden sind nicht erfasst

Durch regelmäßige Kosten und Einnahmen Reflexion achte ich auf regionale Lebenshaltungskosten angepassten "lebenswürdiger Verdienst"

Der Verdienst hängt nur von meinem Einsatzwillen ab.

Arbeitszeiten Erfassung erfolgt im offline Kalender. Die Stundenverteilung pro Woche ist in meiner Branche ist sehr unterschiedlich und nicht immer steuerbar. Es gibt manchen Wochen mit mehr als 40 h. Vor den jeweiligen Schulferien starker Anstieg der Terminwünsche der Kundinnen. Flexibilität ist eine nicht unwesentliche Erfolgskomponente in dem Unternehmen.

Meine Arbeitszeiten kann ich sehr gut selbst organisieren. Abhängigkeit vom Markt nur durch Schulferien Rhythmus und Kriseneinsätzen.

Die Work- Live Balance bzw. die Lebensenergie Balance gestalte ich durch bewusstes reflektieren. Die Aufgabenbereiche sind selbst bestimmt und klar reflektiert.

Das Thema Verhältnis Arbeitszeit zu Freizeit ist mir hoch im Bewusstsein verankert. Plane jedes Jahr Mitte des Jahres als erstes im leeren Kalender die Planung der Freizeit/ Urlaub/ Kuren/ etc fürs ganze folgende Jahr.

Im Juli – August (ein Monat hindurch frei) und über die Oster & Weihnachtsfeiertage extremst reduziertes Arbeiten bis sehr große Freiräume. Im Herbst eine weitere Woche Freiraum und die verlängerten Wochenenden. In Summe komme ich auf 8 freie Wochen und 2 bis 3 mit reduzierten Einsatz.

Aufträge werden an kompetente KollegInnen (Empfehlungsliste vorhanden) abgegeben. Für 2017 wurden Paarberatungen reduziert.

Durchschnittlich in Anspruch genommene externe fachliche Fortbildungszeit 60-100 h/Jahr ; leider oft mit Wochenenden verknüpft

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

Ich nehme mein Handy nur ab, wenn ich es im Moment auch leisten kann, präsent zu sein. In Arbeitssitzungen ist es ausgeschaltet. Seit 2017 ist Handy 90% lautlos. Keine Mail-

Beantwortung per Handy. Seit 2017 Mailbeantwortung am PC kann eine Woche dauern→ Hinweis im Abspann

Die Arbeitszeiten sind größtenteils in Selbstorganisation möglich. Manchmal aber vom Markt abhängig→ Abendeinsätze; Arbeit und Pausenwechsel sind selbst gut gestaltbar. Ich achte stark auf meine durchschnittliche Arbeitszeit und mache kurze und längere Pausen. Feiertags keine Beratung. Freitag Mittags möglichst Ende.

Die Handys sind getrennt in Firma und Privat und das Firmenhandy ist ab 18.00 abgeschaltet. 2017 beides wieder ein Handy. Ab 20.00 Uhr keine berufliche Tätigkeiten mehr. Lebensenergiepriorisierung- Balance ist im Bewusstsein und im Handeln.

8-Tätigkeiten Würfel zur Gestaltung des Tages angefangen.--> Bewusstseinsprozess für was passt wann?

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

ehrenamtliches Engagement reduzieren→ Grüne Rolle wurde Ende 2014 abgegeben
ÖVS wurde abgeben; WK –LSB wurde abgegeben;
Berufliche Rolle etwas reduziert um Paarberatung
Handy Lautlos
Mailbearbeitung kann eine Woche dauern.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Kurzfristig

Mittelfristig: Freitag freier halten

8-Tätigkeiten Würfel zur Gestaltung des Tages bewusster ergreifen

2018 Einführung regionaler Demokratie- Stammtische in Gemeinden inkl. Förderung→ läuft bereits

Langfristig

Kosten nichts / wenig / viel→ Zahlen? ; Kundenabgang ist deshalb keiner zu erwarten-

C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Mitarbeitenden nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet werden?

Ja; es sind meine eigenen Entscheidungen

C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

	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; Esse 50% unterwegs und suche, wenn möglich, nach Restaurants mit nachhaltigen Kriterien. Die Arbeitsbedingungen in den Restaurants kann ich nicht wirklich einsehen. Meine Kantine wenn ich in der Praxis bin→ ist meine Küche

Beratungs- und Seminartage in den eigenen Praxisräumen und Bürotätigkeit im Haus sind ung. 50 %/ Jahr
Beratungs- und Seminartage u Weiterbildungen extern sind 50%/ Jahr

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 amtmofair ausgeglichen. Zu den Weiterbildungs-Seminaren fahre ich, wenn es zeitlich irgendwie machbar ist, mit dem Zug. Telefon- u Skypekonferenzen bei GWÖ/ Bank f GW/ Aktiv- Demokratie Meetings→ keine Mobilität.

Der ökologische Fußabdruck (CO2 und Ressourcen) ergab bei mir im Bereich Mobilität 1,22- 1,5 global Hektar und im Bereich Ernährung 0,8 global Hektar--> 2, bis 2,3 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: $1,22/ 1,5 + 0,8 + 0,44 + 2,24 = 4,7$ bis 5

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 AG (530€/Jahr) ab 07.2008; seit 2011 Firmenwagen mit ~ in Summe ung.19.000 bis 22.000km /Jahr→ 70-80% Firma: 20-30% Privat.

Hohes Bewusstsein über mein eigenes ökologisches Verhalten. Fachfilme werden neugierig konsumiert. Weiter (Deutschland, Wien) entfernte Weiterbildungen werden per Zug angereist.

Das mögliche ökologische Betriebsangebot wird folgend genutzt:

Online Treffs und CO2 Kompensationen zu 100%

ÖPNV zu 70%

Carsharing zu 100%

Fahrrad / Fuß: zu 100%

Auf die ökologisch-regionale Herkunft der Lebensmittel am Arbeitsplatz wird ein sehr großer Wert gelegt. Ich achte beim Einkauf darauf und auf biologisch.

Weiterbildungsangebote im ökologischen Verhalten sind:

Ich lese die Zeitschrift Konsument jeden Monat und Fachartikel im Internet und schärfe damit mein Bewusstsein. Nutze Spok-ap und Tauschkreis für Einkauf von gebrauchten Dingen. Jedes Vernetzungstreffen der GWÖ und jede GWÖ Begleitung schärft mein Bewusstsein.

Maßnahmen zu Energiereduktion: Steckerleiste mit Kippschalter für technische Geräte

Extra Weiterbildungsangebot gibt es nicht.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Recherchen über Elektroauto und PV Anlage- Planung

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Kurzfristig

Mittelfristig: Carsharing erhöhen wo möglich

Elektroauto anschaffen (Thema der Batterien? Und wann?)

Genaue Erfassung von Innen und Außenterminen

Reduktion der Außentermine an sich

Die eigenen Seminare gestalten, sodass diese öffentlich gut erreicht werden können

Green Events Haltung praktisch sichtbar machen

Kompensationsdichte erhöhen → 2018 bereits verdreifacht (Auto + Green IT)

Klimakollekte bei Oikokredit

ÖPNV genau erheben-- > Liste anlegen

Weiterbildungsangebot für Ökologisches

Anreize für ökologisches Verhalten von KundInnen→ billigere Preise

Langfristig

Kosten nichts / wenig / viel→ Zahlen? ; Kundenabgang ist deshalb keiner zu erwarten-

C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens

Kann das Unternehmen bestätigen, dass im Unternehmen weder Verschwendung von Ressourcen gefördert noch unökologisches Verhalten geduldet wird?

Ja, was realistisch möglich ist → Auto?

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Keine Relevanz für EPU

D1 Ethische Kund*innenbeziehung

Beratungs-Kund*innen sind Endverbraucher → B2C

VermietungskundInnen → B2B

Meine KundInnengruppen (zusammen 100%) erstrecken sich mit Teams & 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. Wohnungsvermietung ist extra.

Übersicht der Budgets im Marketing, Verkauf, Werbung: Ausgaben für Maßnahmen bzw. Kampagnen

	Was	2015	2016	2017
Marketing	Haltung + Engagement	Gespräche= Zeit	Gespräche= Zeit	Gespräche= Zeit
Werbung	Homepage; Visitenkarte; Fachhomepages- Berufsverbände (WK, ÖVS, Imago, Steigls, Ebis → 1200€/ Jahr) Folder; Werbeschaltung Polizei; Schilder; Herold	1.500€	5.200€ Hauptanteil Homepage	4.200€ Hauptanteil Homepage
Verkauf	über Digitale Medien und Auftragsgespräche; (meine investierte Zeit umgerechnet in Euro)	50 h x 80 = 4000 €	50 h x 80 = 4000 €	70 h x 80 = 5600 € inkl. mehr digitalen Medien (facebook und Best Net)

Homepage & Visitenkarten sind gegeben; Keine Nutzung von Cookies und Trackings bzw. Analytics (von Google) durch meine Homepage.

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

Nutzung von facebook um Sdeminare anzukündigen

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

Produktinformationssystem: Bücher im Warteraum der Praxis; Internetinfos

Gemeinsam genutzte Produktinformationssysteme: GWÖ Homepage; Bank für Gemeinwohl

Homepage; Folder Cheflnngespräche; GWÖ Folder; Aktiv Demokratie Homepage ab

2018

Preisabsprachen gibt es keine.

Interne (Umsatz)- Vorgaben sind gegeben:

Ein hohes Bewusstsein zu ethischen Verhalten leitet mich. Kund*innen korrekt und aufrichtig begegnen. Verbesserungsvorschläge anhören, ernst nehmen und wenn möglich integrieren. Keine Vorgaben in Zahlen.

Der Umsatzanteil von benachteiligten KundInnen Gruppen ist kontinuierlich leicht gestiegen. 2017 auf in Summe ~3000€/ 5%

Zahlen sind Schätzungen!

Wer	2015	2016	2017
Menschen mit Einschränkungen	1%	2%	3%
Arbeitssuchende Menschen	1%	0,5%	0,5%
Allein Erziehende	1%	1%	1,5%
Andere Muttersprachen	0%	0%	0%

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 ist gegeben. Haltegriffstange ist gegeben. Sonst alles barrierefrei. WC ist mit Rollstuhl benutzbar. Haltegriff im WC gegeben. 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. Seheinschränkung 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 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!

Neue Kund*innen werden folgend gewonnen:

Ethisches Marketing: Es gibt eine 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.

Die Produkttransparenz, meine Haltung und mein Engagement ist über die Unternehmens-Homepage sichtbar u. gegeben. Aktive Werbung mache ich kaum, wenn dann über digitale Medien. Es läuft primär über Empfehlungsmarketing (Dank an all meine KundInnen!!!). Stammkund*innen Betreuung geschieht durch Termin Bevorzugung.

Es sind nur Spezielfolder zu extra Projekten (z.B. Cheflnngespräche) gegeben, auf Umweltschuttpapier. Eintragung in allgemeine Branchenfolder und Branchen- Homepages. Keine bisherige aktive Zusammenarbeit mit VerbraucherInnenschutz .

Gestaffelte Preisliste inkl. Preiskalkulation und auch die Qualitätskriterien der Beratungsleistung sind im Internet auf der Homepage <https://neu.welten-verbinden.at/roland-jaritz/preisgestaltung-und-qualitaetssicherung/> sichtbar. Hinweis auf andere bzw. stimigere Beratungs- bzw. Unterstützungsformate wird regelmäßig gegeben.

Vermietung: fairer Preis für Start ups. 10€/ h

Ethische Risiken in KundInnen-späre: Keine Geschäftsbeziehungen mit ethisch kritischen KundInnengruppen bzw. Auftragsanfragen → Auftragsablehnung
Für mich ethisch aktuell kritische KundInnengruppen: FPK/FPÖ Partei; Waffenproduktion; Erdölverkauf, Pharmaindustrie, Künstliche Intelligenz. Anfragen zur Freisetzung von MitarbeiterInnen zu gunsten Maschinen und Profit. Es geht darum im Auftragsgespräch die Motivlage eines Auftragsimpulses zu klären.
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.

Dass der Kund*innen- Nutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt wird durch das Leben meiner Werte und durch Kundenreflexion sicher gestellt.

Meine Werte in der KundInnenbeziehung sind: Klarheit; Struktur; offene aufrechte Wertschätzende 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 (siehe oben). Für soziale & gemeinwohlorientierte Einrichtungen gibt es dann auch noch Verhandlungsspielraum.

Ablauf Beratung: Jede/r Einzelkunde/Kundin hat ein Startgespräch zum halben Preis. Teams haben ein kostenloses 20-30 Min Vorstellungsgespräch. Anschließend eine erste Supervision wo danach erst die Zusage erfolgt. Hierbei geht es um den Vertrag mit den KundInnen, um deren Bedürfnisse zu klären und es werden Fragen zur Erhöhung der Sinnstiftung für eine Supervision erörtert. Es werden durchschnittlich 2-Jahresverträge 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. Bei OE Prozessen gibt es vorab einen Designvorschlag.

Auflistung KundInnen-Mitbestimmung

Art der Entscheidung	Wer repräsentierte die KundInnengruppe?	Wer hat wie entschieden?
Feedbackschleifen (jedes Mal; Halbzeit; am Ende)	Die Betroffenen selbst	Die Entscheidung liegt bei mir über Produktveränderungen.

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.

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

Ablauf Vermietung Wohnung: Basis Mietvertrag; regelmäßiger Austausch

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.

Service- Massnahmen im Bedarf:

Vorab und bei Reklamationen Hinweis auf ÖVS (Österreichische Verein f Supervision) Schlichtungs- und Beschwerdestelle an KundInnen.
Feedbackschleifen & konstruktive Kritik Annahme

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.

Die Kund*innengruppen sind: Kund*innen mit erhöhten Unterstützungsbedarf (Menschen mit geistiger / körperlicher Einschränkung, Kinder), mangelnder Mobilität, andere Mutter-Sprache, anderer Kultur- Hintergrund/ Migration
 Zugang zu meiner Dienstleistung durch: Verwendung von einfacherer Sprache; Mobile Anfahrt vor Ort, Dolmetscher
 Weiterleitung an kostenlose Angebote der Beratungsszene.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Anonymer Anregungs- Briefkasten
 Preisliste online
 Auffahrrampe für Rollstuhlfahrer zu den Praxisräumen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Kurzfristig

Mittelfristig: Zusammenarbeit mit VerbraucherInnenschutz?

Feedbackbögen nach Seminartagen

Gemeinnützigen Verein machen für sozial schwache Personen?

2018 Homepage auf neue Technik (wordpress) umgestellt → bereits erledigt

Umsetzung Datenschutzverordnung neu ab Mai 2018: Daten Speicherungs- u

Löschkonzept; Einholung der Zustimmungserklärungen → bereits in Arbeit

Homepage: Inhalte barrierefreier gestalten (Anfrage dazu ist erfolgt); Ethischer

Kriterienkatalog für Auftragsannahme + Evaluation meiner KundInnengruppen; Vermietung:

Kriterienkatalog für MieterInnenwahl;

Zusammenarbeit Verbraucherschutz

Langfristig

Kosten nichts / wenig / viel → Zahlen? ; Kundenabgang ist deshalb keiner zu erwarten-

D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt werden?

Ja

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

Der investierte Zeit- / Ressourcenaufwand für Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden beträgt 10% bei Dienstleistungen sowie 10 % bei Ehrenamt von der gesamt zur Verfügung stehenden Zeit.

Die Kooperationen werden mit folgenden Unternehmensgruppen gestaltet:

- Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional): ja
- Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere ZG ansprechen: ja
- Unternehmen der gleichen Branche in gleicher Region, mit anderer ZG: ja

In folgenden Bereichen engagiert sich das Unternehmen:

- Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards zu 2/3
- Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (responsible Lobbying) zu 1/3
- Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards zu 0/3

Hebung der Fachstandards:

ÖVS Österreich hat ethische Richtlinien. Ebenso die Ehe- familien & LebensberaterInnen.

2015 /2016 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: zumindest 1 mal/ in 2 Jahren Vernetzungstreffen (BeraterInnen, ModeratorInnen; ReferentInnen) und laufender Austausch regional um Qualität weiter zu entwickeln.

Intervisionsgruppe **SEB** (Schulentwicklungs- BeraterInnen) und Mitgestaltung in der LAG – SEB Kärnten: Seminarplanung zur Weiterbildung der KollegInnen und Austausch

Hebung der legislativen Standards:

Als Privatperson: Ab November 2017 bei Verantwortung Erde, einer Bewegung, die Innerhalb und außerhalb des Parlaments verändernd tätig ist.

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.

WK- LSB: Fachgruppe der Lebens – und SozialberaterInnen. Mitgestaltung ist leider nur bedingt möglich auf Grund der gegebenen Kammerstrukturen. 2017 wieder ausgestiegen. Die freiwerdende Energie wird in **Aktiv Demokratie**, dass ist die Weiterentwicklung der Direkten Demokratie im Rahmen der österreichischen Demokratiebewegung investiert. Unser System braucht einen neuen politischen Zugang mit viel Mitgestaltung und Mitentscheidung.

Um Mitunternehmen kurzfristig zu unterstützen wurde folgendes weiter gegeben:

Weitergabe von	in andere Branche	in gleicher Branche	
Arbeitskräfte/ Mitarbeiterstunden	0 h	16 h	
Aufträge	0%	10%	
		%-Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge	
Finanzmittel	Kreditaufnahme für GWÖ Unternehmen		
	Summe, %-Anteil vom Umsatz/Gewinn		

Leite aktiv (bei Kapazitätsgrenzen meinerseits; bei inhaltlicher Nichtzuständigkeit) Aufträge an KollegInnen weiter. Großes Netzwerk mit Liste gegeben.

Gemeinsamer Kreditantrag (Ich als Kreditnehmer, 90.000) mit einem anderen GWÖ – Unternehmen um dessen Umschuldung zu einer Bank mit niederen Zinsen zu ermöglichen (Start 2014- Ausszahlung 2016.12).

Rückzahlung durch betroffenen GWÖ Betrieb → keine finanzielle Belastung meinerseits sondern Ausdruck der GWÖ Haltung.

Bestehende Kooperationen:

Kooperiert wird hauptsächlich bei gemeinsamer Auftragserfüllung einer größeren Kund*innen - Anfrage.

Weiters werden in den multidisziplinären verschiedenen Interventionen (1x /Monat; 3h ; 5-10 Personen; in Klagenfurt) die eigenen Arbeitsweisen für alle Beteiligten kostenlos zur Verfügung gestellt. In den von mir besuchten Weiterbildungsseminaren werden neue Erkenntnisse durch den aktiven Austausch und Übungen ebenso sichtbar gemacht.

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

Intensive Zusammenarbeit der GWÖ BeraterInnen in Kärnten & Steiermark

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, an Aktiv Demokratie in der Homepage ebenso auf der Startseite.

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

Ziele sind einerseits qualitativere Auftragserfüllung, neue Menschen kennen zu lernen, und andererseits Werte der Kooperation auf mehreren Ebenen auch wirklich zu leben. Bin für fast alle Kooperationen offen.

Mein Unternehmen verhält sich solidarisch gegenüber anderen Unternehmen und hilft uneigennützig bei siehe Liste C2

Gratis zur Verfügung Stellung meiner Praxis für Infoveranstaltungen und Netzwerktreffen aller Art (Verantwortung Erde; Bank für Gemeinwohl, Regionalwährung, Permakultur, etc..) Weiterleitung an kostenlose Angebote der Beratungsszene.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Liste mit kostenlosen Beratungsangeboten auf der Homepage

Preisstaffelung auf Homepage

GWÖ & Plattform ZG, Aktiv Demokratie, Verantwortung Erde wurde auf Homepage sichtbar gemacht

Engagement bei Fachgruppen (ÖVS & WK Fachgruppe LSB & SEB)

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Kurzfristig

Mittelfristig: Kostenkalkulation sichtbar machen auf Homepage;

Gemeinsamer Produkteinkauf organisieren;

Vermehrte Weiterleitung von Aufträgen bei großer Auftragslage (KollegInnenliste bereits vorhanden);

Kleinstkredite an KollegInnen sofern möglich;

Kriterium für systematische Weitergabe von Aufträgen an KollegInnen überlegen;

Methoden auf Homepage mehr sichtbar machen;

Langfristig

Kosten nichts / wenig / viel → Zahlen? ; Kundenabgang ist deshalb keiner zu erwarten-

D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Kann das Unternehmen bestätigen, dass auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen komplett verzichtet wird?

Ja

D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Die Anteile der Anreise mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß zu den Kund*innen sind:

	Gesamt KM für das Unternehmen 2015	Gesamt KM für das Unternehmen 2016	Gesamt KM für das Unternehmen 2017
Flugreisen	Nur Privat; www.atmosfaer.de; CO2 Ausgleichszahlung	Nur Privat; www.atmosfaer.de; CO2 Ausgleichszahlung	keine
Auto/ PKW einzeln zu Kund*innen	~12500 KM; www.atmosfaer.de CO2 Kompensations-Ausgleichszahlung	~18000 KM; www.atmosfaer.de CO2 Kompensations-Ausgleichszahlung	~18000 KM; www.atmosfaer.de CO2 Kompensations-Ausgleichszahlung
Car-Sharing	500km; Bei gemeinsamen Interventionen; GWÖ Energiefeld -Treffe	500km; Bei gemeinsamen Interventionen; GWÖ Energiefeld -Treffe	700km; Bei gemeinsamen Interventionen; GWÖ Energiefeld -Treffe
ÖPNV	~ 3000 KM, Zug	~ 3000 KM, Zug	~ 3000 KM, Zug
Fahrrad/ Fuß	~ 500 KM, Stadt, 1x / Wo 10 km	~ 500 KM, Stadt	~ 500 KM, Stadt

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

Die Auswirkung meiner Dienstleistung ist negativ ökologisch primär das Diesel Auto. Die Anderen Bereiche sind eher zu vernachlässige und im Einkauf zu berücksicht8gen. Für alle aus der Branche, die mobil unterwegs sind, ist der negative ökologische Impact ziemlich gleich gross, außer sie haben ein Elektro / Hybrid / etc- Auto.

Maßnahmen um die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, zu reduzieren sind:
Achtsamer und bewusster Einkauf. Siehe Einkaufsmanagement bei A.

Die Konsistenz, Effizienz und Suffizienz sind im Geschäftsmodell verankert durch Bewusstsein und Tun.

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 Umweltschuttpapier;

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

Effiziente Einsetzungen der Mittel (Energie , Materiel, Flächen, Geld) für meine Dienstleistungen:

Bei den Materiellen verwende ich die Öko 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.

Vermietung B2B: meine MieterInnen sind vielfach auch 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.

Suffizienz (Genügsamkeit /Auskommen/ suffizienter Konsum)

Ich gehe sparsam mit den Ressourcen (z. B. Wassr→ 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 gibt es aktuell keine. Telefonberatung sehrwohl. Skype und Telefonkonferenzen im kooperativen Bereich ebenso.

Eine maßvolle Nutzung von Gütern wird in der Kommunikation mit Kund*innen folgend gefördert: 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.

In der Praxis durch praktisches Tun: Es wird hauptsächlich Wasser als Konsumgut und Fairtrade Bio Cafe mit Kostenbeitrag angeboten.

Im Ehrenamtlichen Engagement laufend Thema bei den Direkten Demokratie & Verantwortung Erde Teffes

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Engagement Direkte Demokratie und Verantwortung Erde
Recherchen Elektro Auto und PV Anlage- Planung

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Kurzfristig

Mittelfristig: Externe Seminarortwahl auch nach ökologischen Kriterien (green meetings) ;

Bei Indoorseminaren auf den Umweltaspekt der Anreise hinweisen ; Förderung eines ökologischen KundInnenverhaltens über meine Dienstleistung; Anreizsysteme für ökologisches Verhalten meiner KundInnen; KundInnenselektion→ Kriterien der

Auftragsablehnung genauer überlegen und sichtbar machen; Empfehlungsliste für Vegetarische Restaurants; Bestellliste für Homeservice; Pausenverpflegung: Obst; mehrfache Kompensation aller beruflichen u privaten Auto/ Flugwege—>2018 umgesetzt.

Langfristig

Kosten nichts / wenig / viel → Zahlen? ; Kundenabgang ist deshalb keiner zu erwarten-

D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen gibt?

Ja

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

Eine Erhebung der Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund*innen entstanden sind, gibt es nicht.

Spontan entstanden im Gespräch: Einkauf neu bei regionaler Bio Cafe Rösterrei, Fairtrade und Bio; Tauschkreisteilnahme

Es ist eher so, dass ich die Impulse gebe: z. B. Fairphone;

100 % meiner Dienstleistungen sind über Preistabelle auf der Homepage sichtbar:
<https://neu.welten-verbinden.at/roland-jaritz/preisgestaltung-und-qualitaetssicherung/>

Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte von Kund*innen ist im Rahmen der Vertrags- Gestaltung für die benötigte Dienstleistung und im Rahmen der regelmäßigen Feedbackschleifen sehr gut gegeben.

In anderen Bereichen, war bisher noch kein Wunsch der KundInnen in der Mitgestaltung ersichtlich.

Folgende Impulse von Kund*innen zur sozial-ökologischen Verbesserung der Produkte und Dienstleistungen wurden aufgenommen: Bio Cafe Rösterrei; Tauschkreisteilnahme

Folgende Informationen zu den Dienstleistungen sind halb und ganz öffentlich zugänglich:

1) Interne Information an Kund*innen:

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.

.

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

2) Extern sichtbare Informationen:

Allgemeiner Art & Ausbildungszugänge sowie Preisgestaltung zu Supervisionen und Seminaren sind auf Homepage sichtbar. Ebenso sind die angewandten Methoden auf der Homepage ersichtbar

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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Hinweis auf kostenlose Beratungsstellen auf der Homepage;
Tauschkreisteilnahme

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Kurzfristig

Mittelfristig:2018: Zum Datenschutz Keine Synchronisationen mit Handy/ Tablett; Daten nur am lokalen PC & lokales backup.

Langfristig

Kosten nichts / wenig / viel → Zahlen? ; Kundenabgang ist deshalb keiner zu erwarten-

D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Produkte keine Schadstoffe enthalten, die Kund*innen und Umwelt belasten und auch keine schädlichen Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte entstehen?

Ja

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Tabelle der 5 Top- Angebote

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 (~58 %)	Deckt den Grundbedarf nach eigenständiger, friedvoller und Selbstwert stärkender Lebensführung ab. Dient dem Erkennen der eigenen Muster, dem Erkennen von Hilfebedarf und 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 Intervision um die eigenen blinden Flecken zu enttarnen.
Schulentwicklung / OE / GWÖ (~20 %)	detto	detto	detto
Coaching & Einzelsupervisionen (~10%)	detto	detto	detto
Seminare (~10 %)	detto	detto	detto
Paarberatung (~2%)	detto	detto	detto

Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes:

1. nach Grundbedürfnissen: 50% der Dienstleistung erfüllt Grund- Bedürfnisse
Grundbedürfnisse sind nach Masslov (Psychologe) in 1 te Ebene: Nahrung, Wohnen, (Erwerbs)- Arbeit und nach Max Neef - Der Grundbedarf wie Essen, Wohnen, Kleidung, Wärme. Diese werden nur bei Themen der direkten Erwerbsarbeit Unterstützung abgedeckt.

Weitere Ebenen werden sehr wohl und auch nach den Grund- Bedürfnissen von Max Neef (Ökonom, bare foot economy) abgedeckt.

- das Bedürfnis nach Zuneigung
- das Bedürfnis nach Mitwirkung & Mitgestaltung der Gesellschaft (Partizipation)
- das Bedürfnis nach Freiheit
- das Bedürfnis nach Verständnis
- das Bedürfnis nach Kreativität
- das Bedürfnis nach Muße
- das Bedürfnis nach Schutz
- das Bedürfnis nach Identität.

Ob die Dienstleistung ein Statussymbol/Luxus sein kann , habe ich noch nicht erhoben.

2. nach diese dienen der Entwicklung

- der Menschen 100 %
- der Erde/Biosphäre ~20 %
- löst gesellschaftlich/ökologische Probleme lt. UN-Entwicklungszielen → ~50 %

Dies sind Schätzungen: keine echte Erhebung

3. nach allgemeinen Nutzen der Dienstleistungen:

- Mehrfachnutzen/einfacher Nutzen 80 %
- Hemmender/Pseudo-Nutzen → wenn es nicht ergriffen wird, was zu tun ist , dann je nach Person unterschiedlich %
- Negativnutzen ?..... %

Positiver KundInnennutzen: Meine Dienstleistungen erfüllen die Bedürfnisse nach dem ergreifen selbständiger Lebensgestaltung in allen Lebenslagen. Sie dient dem persönlichem Wachstum. 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.

Hinsichtlich der UN- Entwicklungszielen (SDGs) finde ich mich in den Bereichen

3 Gesundheit u Wohlbefinden

4 Hochwertige Bildung

5 Gleichberechtigung der Geschlechter

8 Menschenwürdige Arbeit und wirtschaftliches Wachstum

11 Nachhaltige Städte u Gemeinden

12 Verantwortungsvoller Konsum und Produktion
 16 Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen
 17 Partnerschaften um die Ziele zu erreichen
 wieder und trage mit der Dienstleistung zur Weiter Entwicklung dieser Bereiche bei.

Negative Dienstleistungswirkungen (kann in dieser Branche nicht wirklich vollständig verhindert werden, da Menschen unterschiedlich reagieren, das Erlebte verarbeiten und agieren) werden unterlasen 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.

Mein persönlicher 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. Wahrnehmen, was nutzt meine Tätigkeit und was wird damit unterstützt, auch gesellschaftlich.

Mein Ehrenamtliches gemeinwohlorientiertes Engagement: Mitgestaltung bei GWÖ, Plattform Zivilgesellschaft, Aktiv Demokratie sind ebenso sinnstiftend für mich und haben positive Auswirkungen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Kurzfristig

Mittelfristig: Genauere Evaluierung der Wirksamkeit der Dienstleistungen → z. B. jährlichen Fragebogen

Langfristig

Kosten nichts / wenig / viel → Zahlen? ; Kundenabgang ist deshalb keiner zu erwarten-

E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine der aufgelisteten menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen produziert oder verkauft werden?

Ja

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

1) Supervision & Unternehmensberatung:

Umsatz: 2015: 32.500€ (GWÖ- Anteil: 0)
 2016: 50.500€ (GWÖ- Anteil: 1700€)
 2017: 56.500€ (GWÖ- Anteil: 3000€)

2) Vermietung der Praxiräumlichkeiten:

Umsatz Netto: 2015: 2500€
 2016: 3000€
 2017: 4400€

Zusammen:

Umsatz: 2015: 35.000€	Kosten: 20.000€	Gewinn: 15.000€	:12→1250€
2016: 53.500€	Kosten: 34300€	Gewinn: 19.200€	:12→1600€
2017: 60.900€	Kosten: 35200€	Gewinn: 25.700€	:12→2140€

Überblick der Beiträge fürs Gemeinwesen:

	2015	2016	2017
Umsatz Supervision	32.500€	50.500€	56.500€
EST	2.700€	3.400€	~4.000€ (folgt erst)
SVA	900€	6.500€	9.700€
Summe Netto Abgabe	3600€	9.900€	13.700€
Gewinn vor Steuer	15.000€	19.200€	25.700€
Fremdkapitalzinsen Kredit für Wohnung	0	2,5 % von 140.000→ 3700→ davon 1 Monat = 310€	2,5% von 135.000→ 3.300€
Einnahmen Miete/Pacht Praxis	2500€	3000€	4.400€
Einnahmen Miete/ Pacht Wohnung		430€	5.200€
Summe Ausgewiesene Wertschöpfung	17.500	22.930	38.600
Relative Netto Abgabequote	zu mühsam		
Freiwillige Geld- Leistungen fürs Gemeinwesen	Spenden: ~450	~450	~450
Freiwillige Arbeits-	6h/ Wo a 50€	6h/ Wo a 50€	7-9h/Wo a 50€

Leistungen fürs Gemeinwesen →h	40 Wochen	40 Wochen	40 Wochen
Summe Freiwillige Leistungen €	12500	12500	16500

Nettoabgabenquote, darin sollen folgende Beiträge eingerechnet werden:

- effektiv bezahlte Ertragsteuern (Einkommenssteuer, Körperschaftssteuer)
- lohnsummenabhängige Steuern und Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitgeber
- Summe der Lohnsteuer und SV-Beiträge der unselbstständig Beschäftigten (keine gegeben)
- abzüglich aller unternehmensbezogener Subventionen und Förderungen (keine gegeben)

Diese Netto-Abgaben werden auf die ausgewiesene Wertschöpfung (Gewinn vor Steuern plus Fremdkapitalzinsen plus Einnahmen aus Mieten und Verpachtung) bezogen und ergeben damit die relative Netto-Abgabenquote.

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an betrieblichem Nutzen dieser Leistungen (in Prozent des Umsatzes bzw. der Gesamtjahresarbeitszeit)

Der direkte materielle Beitrag des Unternehmen zur Sicherung des Gemeinwesens ist das Zahlen der Steuern und der gesetzlichen Versicherungsbeiträge.

Das Unternehmen erhält keine Subventionen.

Anteilige Förderung zur Installation der Pelletsanlage durch Land ist gegeben. 1% des Umsatzes

Für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens in Form von Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird folgendes aufgewendet:

→ Siehe Kennzahlen C2 und Tabelle oben

Jährliche Geldspenden an soziale Vereine → Greenpeace 30€; VCÖ 30€; Ärzte ohne Grenzen 30€; AI 30€; Attac 15€; WWF 30€; Caritas 30€; Alpenverein 45€; Anthroposophische Gesellschaft 10€; Werkstatt für Geisteswissenschaft 20€; Life Aid 50€; bewusst auch Gewerkschaft GPA 5€.; Grüne Wirtschaft 50€, GWÖ Verein Österreich 100€ .

Stelle mein Beratungswissen in meinem aktuellen ehrenamtlichen Engagement, bei der GWÖ Koordination, bei der Plattform Zivilgesellschaft, Bei Bank für Gemeinwohl, bei Aktiv Demokratie kostenlos zur Verfügung.

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

Bin in der Liste von Team Austria (Rotes Kreuz) → Einsatz bei Flüchtlingswelle 2015
Ehrenamtliche Supervisionen für BegleiterInnen von Menschen auf der Flucht im Anlassfall
Weiters geb ich im Einzelfall kostenlose Beratungen.

→ Gesamtwert im Summe all dieser Dinge: 30% von meinem Umsatz

Zusatznutzen habe ich durch die freiwilligen Geldleistungen nicht

Durch das ehrenamtliche Engagement ist sehr wohl Eigennutzen gegeben: neben, Sinn dabei zu erleben, Know How- und Kompetenzzugewinn; Horizonterweiterung Netzwerkaufbau → Umwegrentabilität → neue Aufträge

Die nachhaltigen Veränderungen, die durch die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens bewirkt werden mache ich an Hand der Wirkungstreppe sichtbar:

Impact (es hat Auswirkung auf die Gruppe/ Gesellschaft)

Outcome (es verändert sich in der betroffenen Person etwas)

Output (die Häufigkeit von Aktionen)

Output: Ich mache sehr viele Veranstaltungen / Aktionen. Führe keine Liste.

Outcome → Bei mir selbst: Meine Wahrnehmung für gesellschaftliche und politische Zusammenhänge wird dadurch sensibler und das Verständnis dieser Zusammenhänge erhöht sich. Daraus folgend erhöht sich ebenso der Spielraum der Neu-Gestaltungen von Prozessen. Zunahme des Mutes neue Wege zu gehen.

Impact → Gesellschaftliche Wirkung: meine ehrenamtlichen Tätigkeiten zeigt auf jeden Fall outcome bei den betroffenen Personen → großes Netzwerk ist entstanden, Engagement, Feedback. Der gesellschaftliche Impact ist nur durch das gemeinsame Wirken der Themengruppen zu erlangen. GWÖ & die Bank für Gemeinwohl ist jedenfalls in aller Munde. Ebenso die Direkte Demokratie. Die Plattform Zivilgesellschaft hat mit dem Land Kärnten eine Arbeitsgruppe installiert.

Der auf der Homepage veröffentlichte Gemeinwohlbilanz-Bericht ist ebenso ein Beitrag. .

Messbare Wirkungen der Erwerbstätigkeit für den Einzelnen u. die Gesellschaft: 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 meiner seits gibt es nicht, nur positives Feedback der Kund*innen. Sehr wohl gibt es statistische Daten der Pensionsversicherungen über die steigenden Zunahme der psychischen Belastungen und Burn out am Arbeitsplatz und darausfolgenden Arbeitsunterbrechungen.

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.

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

Durch kritische Selbstreflexion stellt das Unternehmen sicher, dass es zu keiner illegitimen Steuervermeidung oder Korruption kommt. Es gibt hier keine Lobbyarbeit sondern nur Bewusstseinsentwicklungsprozesse.

Sämtliche Maßnahmen sind auf Dauer ausgelegt. Geldleistungen sind mittels Daueraufträge verankert. Ehrenamtliches Engagement durch meine Haltung und guter Lebensenergie Balance.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Ich habe ehrenamtliche Dinge abgegeben, die keine Wirkung erzielt haben. (WK; Grüne; ÖVS)
Kostenlose Beratungen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Kurzfristig

Mittelfristig: Evaluation der Wirkungen gemeinsam mit anderen KollegInnen.

Langfristig

Kosten nichts / wenig / viel → Zahlen?--> Kundenabgang ist deshalb keiner zu erwarten-

E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es keinerlei Praktiken betreibt, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entziehen?

Ja

E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es selbst keine korruptionsfördernden Praktiken betreibt und dass sämtliche Lobbying-Aktivitäten offengelegt wurden?

Ja

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Auflistung aller Emissionen/ möglichen negativen ökologischen Auswirkungen

Aspekt	Gesamt/ Jahr	Pro Kunde / Pro MitarbeiterIn	Vergleich Branche
Strom/ Energieverbrauch in KWh Praxis und Heizung	365 Kwh 2015 589 Kwh 2016 404 Kwh 2017 (~250 kwh Strom für Heizungssteuerung im Keller Heizung betreibt 2 Häuser mit 3 Parteien→ Unternehmensanteil 60Kwh)	~100 KundInnen (Stundenweise) in der Praxis; Und durchschnittlich 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) Kompensation?		?
Andere Schadstoffemissionen	Pelletsheizung?		?
Ausstoß Klimawirksamer Gase	CO2 bei Pelletsheizung?		
Gasverbrauch	keiner		?
CO2 Ausstoß aufgrund von Transport mit Auto	~2.500 KG; Kompensation ist gegeben, ab 2018 doppelt;		?
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		?
Kunstlichteinsatz in Lumen			?
Chemikalienverbrauch	Bioreinigungsmittel		?
Sonstiges Verbrauchermaterial			?
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 und wird noch gefahren, bis der Zeitpunkt für E Auto günstig ist. Ist in Summe aktuell ökologisch günstiger als ein neues E - Auto zu kaufen.
 KFZ Haftpflichtversicherung – Zürich Versicherung (530€/Jahr) ab 07.2008; seit 2011 Firmenwagen mit ~ in Summe 19.000km /Jahr→ 70% Firma : 30% Privat;

CO2 Rechner für Unternehmen:

http://www.izu.bayern.de/praxis/detail_praxis.php?pid=0203010100217

Bei den negativen Umweltwirkungen (in Bezug auf Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch habe) glaube ich, dass das Unternehmen (siehe Ausführungen an den unterschiedlichsten Stellen in diesem Bericht) etwas über den Branchendurchschnitt ist.
 (keine wirklichen Vergleichsdaten gegeben);

Reduktionsansätze um Ökologische Auswirkung faktisch zu reduzieren sind:
 Wasserverbrauch in der Praxis durch Verwirbler; WC mit Regenwasseranlage; bei Auto CO2 Kompensationszahlungen → Geld für Projekten zur CO2 Reduktion; Verwende Ökostrom; Mitfahrgelegenheit im Auto biete ich immer an; Aktives Carsharing bei gemeinsamen Terminen der Intervision, GWÖ , der Plattform ZG Kärnten, Aktiv Demokratie.

Negativ wirkt sich hier vor allem leider das Auto aus. Im unternehmerischen Fokus ist es, mehr Aufträge im Raum Klagenfurt zu bekommen.

Erhoben an Umweltwirkungen wird das, was in der oben angeführten Tabelle sichtbar ist. Der CO2 Äquivalent ist aktuell zu unterschiedlich in Modellen betrachtet und mit zu viel Aufwand zu berechnen.
 Veröffentlicht wird, was im GWÖ- Bericht angeführt ist.

Umweltdaten werden auf der Homepage veröffentlicht.
 Der Gemeinwohl Bericht ist mein Management- Instrument sowie meine beiden jährlichen Reflexionsrunden.
 Die Entwicklungsmöglichkeiten und Rückmeldungen vom Audit webe ich ein→ habe diese extra zusammengefasst und nehme diese als Orientierung durchs Jahr.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Kurzfristig

Mittelfristig:

CO2 bei Pellets Heizung erheben; Kompensation im Bedarf

Elektroauto;

Kennzahlen veröffentlichen;

Vergleichsdaten erheben;

Mehrfachkompensationen für CO2 Ausgleich gestalten; 2018 geschehen

PV Anlage zur Eigenstromerzeugung ist in Planung (Crowdfundingbasis)

CO2 Rechner für Unternehmen nutzen:

http://www.izu.bayern.de/praxis/detail_praxis.php?pid=0203010100217

Langfristig

Kosten nichts / wenig / viel → Zahlen? → Kundenabgang ist deshalb keiner zu erwarten-

E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es nicht gegen Umweltauflagen verstößt bzw. die Umwelt nicht unangemessen belastet?

Ja

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Die Veröffentlichung des Gemeinwohlberichts erfolgt auf der Homepage: <https://neu.welten-verbinden.at/wp-content/uploads/2018/01/Bericht-Jaritz-Gemeinwohl-2014.1-mit-Testat.pdf>

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)
Parkplatznutzung durch Nachbarn	Nachbarn	Ich als zur Verfügungstellung

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.

Gleichzeitig sind wir alle auf einem Planeten und hängen zusammen und deshalb setzt ich mich sehr stark für Partizipation auf allen Ebenen ein –in der Familie - im Team

- im Unternehmen - in der Gemeinde - beim Staat- beim Planeten.

Wichtige oder kritische Informationen für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen werden aktuell nicht erfasst. Zuerst wäre zu analysieren, was in meinem Unternehmen kritisch ist. Ist noch offen.

Bürger und Bürgerinnen können vollkommen formlos (Telefon, Mail, direkt ansprechen) mit mir Kontakt aufnehmen, wenn es Fragen gibt. Dokumentation erfolgt dazu aktuell nicht.

Transparenz des Unternehmens:

Inhaltlicher Umfang: Vollständig transparent über Homepage.

Kund*innengruppen: 70% Sozial- & Bildungsbereich; 20 % Wirtschaftsbereich; 10% Paare/ Einzelpersonen
 Reichweite Berührungsgruppen: allgemein passive Transparenz über Internet, Visitenkarten , Beschilderung und Infos an die Nachbarn
 Transparenz der GWÖ: Schilder auf der Gasse (Hohe Fußgänger*innen - Frequenz) und extra großes GWÖ Schild am Parkplatz
 Reichweite Standorte: Alle (es gibt nur einen)
 Der GWÖ Bericht enthält eine Umfangreiche Beschreibung jedes Indikators und wird extern auditiert.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Bericht auf Homepage
 Extra GWÖ Schild bei meiner Tür-Glocke u Parkplatz; Folderhalter
 Größeres inhaltliches Angebotsschild für mein Praxis gestalten;
 Aktive Bekanntmachung meiner GWÖ Haltung bei meinen KundInnen;
 Aktivierung der Partizipation in all meinen Begleit- und Beratungssettings.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Kurzfristig

Mittelfristig: Beteiligungsmöglichkeiten der Gesellschaft an meinem Gewerbe?

GWÖ Bericht querlesen lassen → Intervention ;

Was könnte in meinem Unternehmen kritisch betrachtet werden?

Langfristig

Kosten nichts / wenig / viel → Zahlen? ; Kundenabgang ist deshalb keiner zu erwarten-

E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es keine falschen Informationen über das Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene verbreitet?

Ja, was mir bewusst ist

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; Zur Bank für Gemeinwohl wechseln; Elektroauto?

Langfristige Ziele

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

Weiterhin Zertifizierter GWÖ Berater, GWÖ Referent bleiben; GWÖ Beratungsfirma gründen mit KollegInnen aus der STM ; Elektroauto ; in der Plattform Zivilgesellschaft Kärnten (GWÖ Energiefeld Kärnten ist da dabei) partnerschaftliche Zusammenarbeit mit Land Kärnten fortsetzen; Die Punkte bei den Entwicklungsmöglichkeiten Punkt für Punkt um zu setzen; Stück für Stück unternehmerisch & persönlich weiter entwickeln. Direkte Demokratie in Kärnten ausbauen; Engagement bei Verantwortung Erde.

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 Mitarbeitenden) 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 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 Bereichen?
- Was sind die primären Risiken der Geschäftsbeziehungen, Produkte und Dienstleistungen in diesen Bereichen?
- Wie werden diese Risiken gehandhabt? Mit welchen Ergebnissen?
- Offenlegung relevanter nicht-finanzieller Leistungsindikatoren

Ich verwende den GWÖ-Berichtsstandard für die Erfüllung der non-financial-reporting-Vorgaben, weil der GWÖ-Berichtsstandard universell, messbar, vergleichbar, allgemeinverständlich, öffentlich und extern auditiert ist.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Erstellung durch Roland Jaritz und Außensicht durch Beraterkolleg*innen ; keine Stakeholder

Dauer: 3 Arbeitstage

Kommt auf die Homepage und die Anregungen zur Weiterentwicklung auf meinen Schreibtisch (online u. offline)

Datum: 31. Mai 2018