



GEMEINWOHL-BILANZ 2019/2020

**nach dem Standard der Gemeinwohl-Ökonomie
Kompaktbilanz Matrix 5.0**



Inhalt

Übersicht der Selbstbewertung	Fehler! Textmarke nicht definiert.
Testat.....	Fehler! Textmarke nicht definiert.
Gemeinwohlaspekte im Detail.....	10
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette.....	10
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	12
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	14
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	16
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln.....	17
GWÖ Berichts-Fragen.....	17
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	19
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	20
B4 Eigentum und Mitentscheidung	21
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz.....	22
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	24
C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden.....	26
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	28
D1 Ethische KundInnenbeziehung	29
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	32
D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	34
D4 KundInnenmitwirkung und Proudkttransparenz	36
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	38
E2 Beitrag zum Gemeinwesen.....	42
E3 Absolute Reduktion ökologischer Auswirkungen	44
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	46

Ausblick.....	47
Kurzfristige Ziele.....	47
Langfristige Ziele.....	48
EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Eu COM 2013/207).....	48
Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz	49

Unternehmen

Firmenname: mehrWerte Unternehmensentwicklung

Rechtsform: Drosch-Plöckinger & Plöckinger OG

Adresse: 1140 Wien, Windschutzstraße 11
www.mehrwerte.at

Büro: 1140 Wien, Isbarygasse 16/9

Eigentümer: Dr. Angela Drosch-Plöckinger (50%)
Mag. Ernst Plöckinger (50%)

Branche: Unternehmensberatung

Anzahl der MitarbeiterInnen: 2 (1,5 Vollzeitäquivalent)

Berichtszeitraum: 1 / 2019 – 12 / 2020

Kompaktbilanz 5.0 erstellt 11/2021

Kurzpräsentation des Unternehmens



Unser Beratungsunternehmen wurde 1994 als Teilzeittätigkeit von Dr. Angela Drosig-Plöckinger gegründet mit den Schwerpunkten strategisches Marketing und Wettbewerbspositionierung für Klein- und Mittelbetriebe in Österreich. 2003 kam Mag. Ernst Plöckinger als Partner hinzu und es wurde eine OG gegründet.

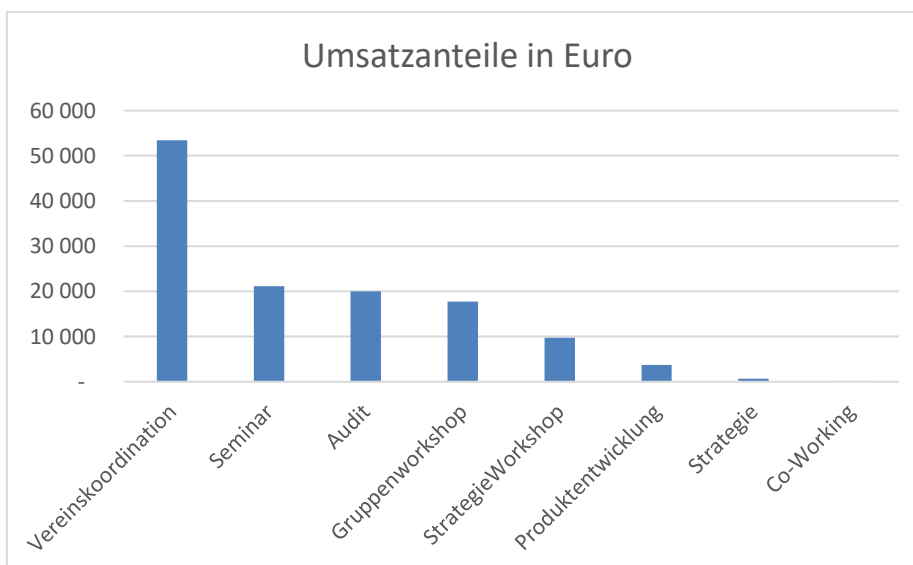
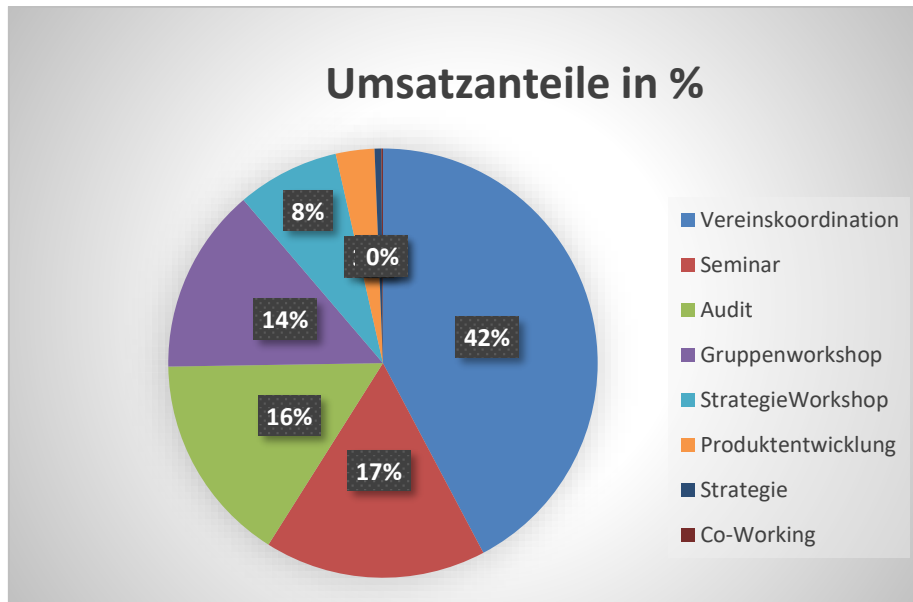
Heute bieten wir Unternehmensberatungsdienstleistungen, die dem Aufbau und der Entwicklung nachhaltiger und werteorientierter Geschäftsmodelle dienen und unterstützen Unternehmen und Organisationen, die Ihr Handeln auf das Wohl für alle ausrichten. Wir arbeiten mit inhabergeführten Unternehmen, Kooperationen und Vereinen zusammen in der Phase der Gründung, Weiterentwicklung sowie bei der Nachfolge.

Unser Leitsatz ist: Erfolgreich Wirtschaften im Einklang mit Mensch und Natur. Das ist das Konzept für zukunftsfähige Unternehmen. Unsere Aufgabe ist es, Unternehmen, Organisationen und deren Mitarbeiter zu werteorientiertem Wirtschaften mit Erfolg zu führen.

Wir bieten Struktur und Begleitung, um das unternehmerische Handeln zu reflektieren und die Wirkung nach innen und außen zu erkennen. KundInnen werden inspiriert und angeleitet, Verantwortung für ihre nachhaltige Entwicklung als Mensch selbst und für das Unternehmen zu übernehmen. Durch die Kombination von betriebswirtschaftlichen Instrumenten mit der ganzheitlichen Einbindung der Menschen werden Organisationen befähigt, ihr volles Potenzial zu entwickeln und zum Wohl von sich selbst, der Mitarbeiter, der Kunden, des gesellschaftlichen Umfelds und unseres Planeten zu handeln.

Unser Dienstleistungsportfolio 2019/2020:

Unser Kerngeschäft sind Unternehmensberatungsdienstleistungen in folgenden Bereichen:



Das Unternehmen und Gemeinwohl

Die Intention unseres Unternehmens ist, erfolgreiches Wirtschaften im Einklang mit Mensch und Natur vorzuleben und Unternehmen zu inspirieren, diesen Weg des neuen Wirtschaftens auch einzuschlagen. Wir sind davon überzeugt, dass unternehmerischer Erfolg langfristig nur durch ethisches und menschliches Handeln sichergestellt ist und teilen die Vision von einer Wirtschaft, in der Unternehmen für die Menschen und für das Wohl aller da sind und nicht umgekehrt.

Unsere Mission ist, den Transformationsprozess zu einer nachhaltigen und menschlichen Wirtschaftsweise zu unterstützen, sowohl auf einzelbetrieblicher Ebene als auch für ganze Branchen und Regionen.

Bei der ersten Berührung mit der Gemeinwohlökonomie, ist sofort der Funke der Begeisterung übergesprungen. Die Gemeinwohl-Matrix ist ein perfektes Instrument, mit Bewusstseinsbildung und ersten Schritten der Veränderung zu starten. Aufgrund der Übereinstimmung in den wesentlichen Werten, die menschliche Beziehungen gelingen lassen, war es naheliegend für uns, die Gemeinwohl-Bewegung tatkräftig zu unterstützen.

Von der Ausrichtung der wirtschaftlichen Tätigkeiten auf das Gemeinwohl erhoffen wir uns ein menschlicheres Wirtschaften, mehr Freude und Engagement im Arbeitsprozess, weniger Stress und Kampf, bessere Möglichkeiten zur Umsetzung nachhaltiger Projekte, die Förderung des Kooperationsgedankens und die Verwirklichung von Work-Life-Balance. Durch die Orientierung am Gemeinwohl werden soziale Fähigkeiten entwickelt, um die brennendsten Herausforderungen der Menschheit und unseres Planeten bestmöglich lösen zu können sowie die Sustainable Development Goals (SDG) lt. Agenda 2030 der Vereinten Nationen zu erreichen.

Zur Verwirklichung des Traums einer gemeinwohlorientierten Wirtschaft engagiert sich Dr. Angela Drosig-Plöckinger in vielfältiger Form in der GWÖ-Bewegung:

Seit 2011 im GWÖ-AuditorInnen Team zur Etablierung eines messbaren Qualitätsstandards

Seit 2011 im GWÖ-Matrix-Entwicklungsteam zur Weiterentwicklung des Messinstrumentes für Gemeinwohl-Orientierung für Unternehmen

Seit 2012 im GWÖ-BeraterInnen Team zur Unterstützung der Gemeinwohl-Orientierung von Unternehmen

Seit 2012 GWÖ-Mitgliedsbetrieb mit 3 Sämchen

2012 Vortrag zur GWÖ im Forum-EPU

Seit 2013 in der GWÖ-Regionalgruppe Wien zur Steigerung des Bekanntheitsgrades der GWÖ

2013 Organisation und Moderation der internationalen GWÖ-Presskonferenz in Wien

2013 Vortrag zur GWÖ im Club UB

Seit 2013 Leitung von jährlichen GWÖ-BeraterInnen Lernwegs zur Zertifizierung von GemeinwohlberaterInnen

2014 Initiatorin einer Startveranstaltung des Club der GWÖ-Pionierunternehmen

2016 – 2018 ehrenamtliche Koordination des Matrix-Entwicklungsteams und Redaktion des Arbeitsbuches zur Erstellung der Gemeinwohlbilanz 5.0

Seit 2018 Entwicklung eines online Tools „Impact Compass“ zur Digitalisierung der Gemeinwohlbilanz in Kombination mit anderen Nachhaltigkeitsstandards

2020 Aufbau eines Marktplatzes für nachhaltige und gemeinwohlorientierte Unternehmen – „Forum for Future“

GWÖ Kontaktperson: Dr. Angela Drosig-Plöckinger
Tel. +43 650 2101329
eMail: a.drosig@mehrwerte.at



Testat:	Externes Audit	Gemeinwohl-Bilanz	mehrWerte Unternehmensentwicklung
	M5.0 Kompaktbilanz	2019-2020	Auditor*In: Regina Soergel

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berührungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 10 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 30 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 60 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 20 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 60 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 100 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 30 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 10 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 90 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 100 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 70 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 100 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 70 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 60 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 80 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 30 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 60 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 70 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 60 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 60 %

Testat gültig bis:
31.01.2024

BILANZSUMME:
613

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0.
TestatID: **uztttd**
Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf www.ecogood.org



Gemeinwohlaspekte im Detail

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Auditeinstufung: 1

Auswahl unserer Zuliefer:innen

Wir sind seit 2013 von unserem alten Mietbüro, in einem 100 Jahre alten Gebäude, das aus Gründen der Energieeffizienz und der Lage nicht mehr unseren ökologischen Anforderungen entsprochen hat, in ein neues Mietbüro übersiedelt. Entscheidungskriterien waren Niedrigenergiestandard, Fußnähe von U-Bahn und Fußnähe von unserem Wohnort. Obwohl die Miete um 12% gestiegen ist, sind wir jetzt mit der Lage, der Wohlfühlqualität durch die Wärme und Helligkeit sowie den zusätzlichen Workshop-Raum mit Wintergarten und Terrasse sehr zufrieden.

Wir beziehen auch im neuen Büro Ökostrom von der Ökostrom AG obwohl der Neuvertrag mit Ökostrom administrativ wesentlich schwieriger war als über den Standardanbieter Wienenergie. In unserem Homeoffice in unserem privaten Reihenhaus beziehen wir ebenfalls Ökostrom und Gas für die Heizung und Warmwasser von „Unsere Wasserkraft“. Im Reihenhaus haben wir 2012 Passivhausfenster mit 3-fach Verglasung eingebaut, das Dach ist mit 20 cm Dämmstoff isoliert und bei der Dachrenovierung 2010 wählten wir einen regionalen Familienbetrieb, der von einer Frau geführt ist. Bei den Energielieferanten wird auf ökologische Kriterien mehr Wert gelegt als auf den Preis.

Büromaterial beziehen wir bei Memo (vorbildlich bezüglich Nachhaltigkeit) und verwenden ausschließlich Recyclingpapier mit Umweltgütesiegel zum Kopieren und Drucken und für Flipcharts. Für Workshop Verpflegung kaufen wir Bioahrungsmittel, meist die Biomarke „Zurück zum Ursprung“ bzw. beim gegenüberliegenden Bäcker Schwarz. Nahrungsmittel werden bevorzugt in biologischer Qualität gekauft, oder von regionalen bzw. österreichischen Produzenten, auch wenn sie teurer sind.

Der Laptop wurde von Lenovo, der Monitor von Dell und ein Drucker von Brother angeschafft. Elektrogeräte wählen wir nach Energieeffizienz und möglichst wenigen Schadstoffen aus, z.B. ist der LED-Monitor „ohne Quecksilber“. Bücher kaufen wir beim örtlichen Buchhändler im Auhofcenter und verzichten auf die

Bestellung bei Amazon. Auto ist ein kostengünstiger Peugeot mit Dieselantrieb. Bei der Anschaffung 2018 haben wir auf modernste Technologie mit AdBlue geachtet, mit den Kriterien wenig Treibstoffverbrauch (4 Liter auf 100 Km) und möglichst wenig Stickoxide. Ein Elektroauto ist aus Kostengründen zum Anschaffungszeitpunkt ausgefallen. Geplant ist das Auto bis End-of-Life zu behalten, um in dieser Form die Ressourcen effizient zu nutzen. Getankt wir bei der nächstgelegenen JET-Tankstelle ca. alle 2 Monate und für Autoservice nutzen wir einen kleinen ländlichen Meisterbetrieb in Purkersdorf. Für Telefon und Internet ist Magenta der Anbieter, für Mobilfunk Teling.

Evaluierung soziale Risiken in der Zulieferkette

Bei jeder neuen Anschaffung vergleichen wir auf online-Plattformen wie topprodukte.at, ob es ökologischere oder faire Varianten gibt und besorgen einen Nachhaltigkeitsbericht, falls verfügbar.

Die Hauptkriterien der Bewertung sind meist nur Energieeffizienz, Nachhaltigkeitsberichte gibt es nur selten, wie z.B. bei Ökostrom. Auf Grund der mangelnden Informationsbasis bei sozialen und fairen Kriterien bei einigen Lieferanten ist hier das Hauptkriterium die Regionalität, wie bei Händlern und bei Dienstleistungsanbietern. Eigenständige regionale Einzelhändler werden gegenüber internationalen Ketten nach Möglichkeit bevorzugt.

Wir berücksichtigen definierte Ausschluss-Kriterien bei besonders unethisch agierenden Lieferanten, z.B. die die Menschenrechte in Entwicklungsländern missachten, die Umwelt massiv zerstören oder gesundheitsgefährdende Praktiken zeigen. Die Negativkriterien der GWÖ-Matrix gelten für uns als Ausschlusskriterien für Lieferanten, soweit diese bekannt sind.

Als nächsten Schritt planen wir eine Lieferantenbewertung, indem wir Lieferanten anschreiben und auffordern, ihr gemeinwohlorientiertes Verhalten zu dokumentieren. Damit starten wir einen Dialog, der hoffentlich zur Bewusstseinsbildung beiträgt. Bei ca. 60% des Beschaffungsvolumens ist es gelungen, soziale und ökologisch höherwertige Alternativen zu finden.

Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

Wir berücksichtigen in den Produktkategorien wie Nahrungsmittel, Strom und Büromaterial Zertifikate wie Bio, Fair-Trade bzw. Ökostrom. Da die meisten

Zukaufprodukte regional sind, wie Räumlichkeiten bzw. Vorleistungen in Kooperationsprojekten mit KollegInnen, kann durch persönliche Kontakte sichergestellt werden, dass die Menschenwürde nicht verletzt wird.

Verifizierungsindikatoren:

Beschreibung	2019	2020
Einkaufsvolumen gesamt	26.493 €	27.454 €
Anteil unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellte Produkte und Dienstleistungen an Einkaufsvolumen gesamt	90,59%	90%
Anteil Räumlichkeiten an Einkaufsvolumen gesamt	64,39%	54%
Anteil Reiseaufwand an Einkaufsvolumen gesamt	11,43%	10,9%
Anteil KFZ Ausgaben an Einkaufsvolumen gesamt	10,22%	10,98%
Anteil Telefon/Internet an Einkaufsvolumen gesamt	6,18%	4,8%
Anteil Vorleistungen an Einkaufsvolumen gesamt	4,05%	6,12%
Anteil Büromaterial an Einkaufsvolumen gesamt	3,75%	5,04%

Kein Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Wir bestätigen, dass die Menschenwürde bei den wesentlichen LieferantInnen nicht verletzt wird.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Auditeinstufung: 3

Wir leben einen fairen und solidarischen Umgang in der Zulieferkette

Bei der Zusammenarbeit mit Grafikern, EDV- oder Internetdienstleistern verzichten wir auf Wettbewerbspräsentationen, wie in der Branche oft praktiziert wird, und arbeiten mit „guten Bekannten“ längerfristig zusammen, auch wenn sie etwas teurer sind, z.B. Internetprovider ist das GWÖ-Unternehmen

GreenWebspace oder Geschäftsdrucksorten werden beim GWÖ-Unternehmen Bio-Button gekauft. Die gesamte Zulieferkette wird in persönlichen Gesprächen thematisiert, wobei einige Betrieb schon zur Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz motiviert wurden.

Wir überprüft und sanktioniert unfaires Verhalten in der Lieferkette

Da unsere LieferantInnen auch längerfristige Partner sind, mit denen wir im intensivem Austausch stehen, werden Risiken auch angesprochen. Wenn unfaire Geschäftspraktiken sichtbar werden, beenden wir die Geschäftsbeziehung, falls Gespräche zu Verbesserung nicht fruchten, wie dies bei einem Ökostrom-Anbieter der Fall war.

Kein Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber LieferantInnen

Als Kleinstunternehmen haben wir keine Marktmacht gegenüber LieferantInnen. In der Zusammenarbeit mit anderen Kleinstunternehmen, z.B. mit Grafiker achten wir auch eine Geschäftsbeziehung auf Augenhöhe und zahlen faire Preise.

Verifizierungsindikatoren:

Anteil Eingeaufte Produkte und Dienstleistungen mit Label Solidarität und Gerechtigkeit an Einkaufsvolumen gesamt	3,77 %
Anteil Lieferant/innen mit denen fairer und sozialer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde	27,78 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Langjährige Zusammenarbeit mit LieferantInnen, auch wenn sie teurer sind.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

A2 LieferantInnen die Erstellung der Gemeinwohbilanz ans Herz legen.

Begründung der Bewertung:

Wir arbeiten mit LieferantInnen zusammen, die wir kennen, aus der Region. Wir haben eine "Negativliste" von unsozialen LieferantInnen, mit denen wir nicht zusammenarbeiten.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

Auditeinstufung: 6

Ökologische Auswahl zugekaufter Produkte und Dienstleistungen

Nach welchen Kriterien Produkte und Dienstleistungen zugekauft werden, wurde schon bei A1 beschrieben. Die ökologischen Auswirkungen der zugekauften Produkte liegt uns besonders am Herzen und wir überprüfen lange, welche ökologisch höherwertigen Alternativen möglich sind. So haben wir bei der Erneuerung unserer Fußbodenheizung ein Monat lange ökologische Varianten verglichen. Die Erstpräferenz war eine Luft-Wärmepumpe. Doch aufgrund der Kleinheit des Grundstücks konnte der Mindestabstand zu den Nachbarn nicht eingehalten werden. So mussten wir uns für einen Gas-Brennwert-Kessel entscheiden anstelle des alten Gaskessels entscheiden. Durch die verbesserte Technologie wurde doch eine signifikante Verbrauchsreduktion an Gas erzielt. Eine Pellets-Heizung war aufgrund der räumlichen Gegebenheiten nicht möglich.

Um die ökologischen Auswirkungen im Betrieb so gering wie möglich zu halten, wird die Raumtemperatur auf 21° beschränkt, in der Nacht wird nicht geheizt und nur stoßgelüftet. Drucker und Laptops werden mindesten 10 Jahre genutzt, Handys werden zunächst repariert und zuletzt erst nach 6 Jahren getauscht, als die Basisfunktionen nicht mehr erfüllt wurden. Die Wahl fiel auf ein Samsung Handy, da wir bei der Alternative Fairphone nicht von einer langen Nutzungsdauer überzeugt waren aufgrund der bestehenden Technologie.

Die Waschmaschine im Homeoffice wurde nach 25 Jahren Dauerbetrieb generalüberholt vom GWÖ-Reparaturexperten R.U.S.Z. Wie Sepp Eisenriegler versicherte, ist sie jetzt nochmals 10 Jahre einsatzfähig. Die langfristige Nutzung von Geräten ist uns ein besonderes Anliegen, da uns bewusst ist, dass in der Produktion die größten ökologischen Auswirkungen entstehen.

Wie wir ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluieren

Ökologische Risiken in der Zulieferkette werden evaluiert, indem wir Berichte wie beispielsweise von Greenpeace lesen, wo Computer - oder Smartphone-Hersteller bewertet werden. Durch die Audit-Tätigkeit von Angela sind uns diverse Risiken in unterschiedlichen Branchen bekannt, die dann in die Kaufentscheidung einfließen. So haben wir zum Ökostrom-Anbieter AAE

Naturstrom gewechselt, da dieser sehr gut von anderen GWÖ-Unternehmen bewertet wird und auch in einem Ranking von Greenpeace ökologisch führend war.

Ökologischen Kriterien beim Einkauf

Bei der Kaufentscheidung von Produkten und LieferantInnen achten wir vor allem auf Langlebigkeit und Reparierbarkeit. Bei Elektrogeräten wie Computer, Monitore, Drucker überprüfen wir die Energieeffizienz-Klasse und wählen Geräte mit dem geringsten Stromverbrauch bzw. beim Auto den geringsten Treibstoffverbrauch und die robusteste sowie reparaturfreundlichste Technik, wie z.B. ein langjährig erprobter Motor.

Bei Büromaterial und Drucksorten kaufen wir nur Recyclingpapier, Stifte sind nachfüllbar und lösungsmittelfrei, Flipcharts werden auf beiden Seiten beschrieben, gedruckt wir nur zweiseitig. Klimaanlage gibt es keine. Im Sommer bleiben tagsüber die Fenster weitgehend geschlossen. Sowohl das Büro als auch das Homeoffice ist in einem gut gedämmten Haus, sodass im Winter nie viel geheizt werden muss und im Sommer die Temperatur erträglich bleibt.

Nahrungsmittel werden so gut wie möglich biologisch und regional gekauft. Betreffend Mobilität wird in der Stadt und im überregionalen Verkehr wo immer es möglich ist, die Bahn bzw. die Öffis genutzt. Im Pandemiejahr wurde allerdings wieder verstärkt auf das Auto umgestiegen. Flüge gibt es nur in ganz seltenen Fällen, im Berichtszeitraum keinen einzigen. Bei Fahrten in ländliche Gegenden ohne Bahnanschluss, z.B. ins Waldviertel, wird das sparsame Auto genutzt.

Welche Unterschiede gibt es zum Wettbewerb hinsichtlich ökologischem Einkauf?

Bei Vergleich mit BranchenkollegInnen würde ich uns durchschnittlich bewerten. Manche in der Branche haben schon ein Elektroauto, Fliegen aber dafür öfter.

Verifizierungsindikatoren:

Eingekaufte Produkte und Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind	21.000 €
--	----------

Kein Negativaspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Bis auf IT-Geräte, die Risiken von seltenen Erden und endlichen Rohstoffen

beinhalten, sind uns keine besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen bekannt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Büro in einem Niederenergiehaus, Mobilität mehr öffentlich und weniger mit dem PKW, Bahnfahrten statt Flüge. Es wurde auf Flüge komplett verzichtet sowohl beruflich als auch privat.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

A3 Emissionen für Mobilität kompensieren.

Begründung der Bewertung:

Wir analysieren intensiv die ökologischen Auswirkungen der zugekauften Produkte und Dienstleistungen. Wo es möglich ist, wählen wir die ökologisch bessere Variante, auch wenn sie teurer ist.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Auditeinstufung: 2

Transparenz und Partizipation gegenüber LieferantInnen

Da unser Einkaufsvolumen sehr gering ist und die größten Einkaufspositionen längerfristige Verträge wie Büromiete und Autokosten sind, ist ein partizipativer Umgang vor allem im persönlichen Kontakt gegeben. Wir sind bemüht, mit dem Bürovermieter gut auszukommen und beispielsweise bei einem Wassergebrechen noch am Abend alle Hebel im Bewegung zu setzen, um einen noch größeren Schaden zu verhindern.

Bei Vorleistungen in Zusammenarbeit mit KooperationspartnerInnen ist ein partizipativer Umgang selbstverständlich. Da es sich hier hauptsächlich um KooperationspartnerInnen im Rahmen der Gemeinwohl-Ökonomie handelt, wird eine partizipative Arbeitsweise groß geschrieben. Partizipativer Umgang in der gesamten Lieferkette wird nicht explizit thematisiert. Da sich die PartnerInnen auch mit Gemeinwohlorientierung auseinander setzen, kann davon ausgegangen werden, dass hier ein hoher Bewusstseinsgrad existiert.

Prüfung von Risiken und Sanktionierung von Missständen

Bei der Bürovermietung gibt es nicht viele Möglichkeiten, Risiken und Missstände hinsichtlich partizipativem Umgang zu sanktionieren, da es hier ein Machtgefälle zu Gunsten der Hausverwaltung gibt. Bei Kooperationen wählen wir die

PartnerInnen dementsprechend aus, wie weit sie bereit sind, Partizipation zu leben. Im Fall eines autoritären Durchgreifens eines Partners beenden wir die Geschäftsbeziehung, auch wenn es kurzfristige Nachteile gibt.

Verifizierungsindikatoren:

Anteil Eingeaufte Produkte und Dienstleistungen mit Label Transparenz und Gerechtigkeit an Einkaufsvolumen gesamt	15,1 %
Anteil Lieferant/innen mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde	22,2 %
Anteil neue Lieferanten, die aufgrund eines transparenten und partizipativen Umgangs mit anderen Unternehmen ausgewählt wurden	0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Wir beziehen Produkte und Dienstleistungen bevorzugt von Gemeinwohl-Unternehmen die Transparenz und Mitentscheidung leben.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

A4 Von Bürovermieter einen Nachhaltigkeitsbericht verlangen.

Begründung der Bewertung:

Wir bemühen uns proaktiv um transparenten und partizipativen Umgang mit den LieferantInnen. Bei massiven Missständen wird die Zusammenarbeit beendet.

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Auditeinstufung: 6

GWÖ Berichts-Fragen

Ethisch-nachhaltige Ausrichtung von FinanzpartnerInnen

Für betriebliche Zwecke nehmen wir grundsätzlich keine Fremdfinanzierung auf. Wir finanzieren alles über den Umsatz und wachsen von klein auf. Für Investitionsprojekte, die über zwei Jahre laufen, wie im Berichtszeitraum ein Innovationsprojekt zur Erstellung eines Gemeinwohl-Management Tools, haben wir nur Eigenmittel (eigene Arbeitszeit) und eine Förderung der Stadt Wien (30% der Arbeitskosten) genutzt. Unser Geschäftskonto haben wir seit 2012 bei

Schellhammer & Schattera, welche als einer der wenigen Bank Österreichs in der Liste nachhaltiger Alternativbanken zu finden ist. Als erste Bank in Österreich hat Schellhammer & Schattera in allen gängigen Spar- und Anlageformen ethische Produktalternativen, z.B. das erste Ethikspargbuch in Österreich, ausschließlich nachhaltige Investmentfonds nach dem Frankfurter-Hohenheimer Leitfaden. Lt. Nachhaltigkeitsbericht scheint dieses Bankhaus die Werte der GWÖ zu teilen, hat die 3-fache Eigenkapitalbasis als gesetzlich vorgeschrieben ist und plant ohne staatliche Zuschüsse auszukommen – im Gegensatz zu den österreichischen konventionellen Großbanken. Mittlerweile gibt es auch ein Gemeinwohlkonto bei der Raiffeisenbank Günskirchen, dass wir schon näher begutachtet haben und einen Wechsel dorthin planen. Vorsorgekasse ist APK, die wir noch nicht nach Ethikkriterien untersucht haben.

Finanzierung durch Berührungsgruppen

Finanzierung über Berührungsgruppen spielt für unser Geschäftsmodell keine Rolle, da wir grundsätzlich keine Schulden im betrieblichen Zusammenhang machen.

Keine Nutzung konventioneller Kredite

Wir haben vom Grundsatz her gar keine konventionellen Kredite genutzt. Das Auto wird über Leasing finanziert und nach 5 Jahren ins Eigentum übernommen, um es bis End-of-Life zu nutzen.

Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmittel

Der angemessene Unternehmerlohn für einen Haushalt mit 4 Personen ist in Österreich lt. Armutskonferenz 2020 über 33.468 € pro Jahr Nettoeinkommen. Dieser Wert konnte in den vergangenen Jahren nicht erreicht werden. Da wir uns als Selbständige nicht über den Gewinn sondern über den Umsatz finanzieren, konnten wir auch Investitionen tätigen. Durch verstärkte Innovationsprojekte mit der Möglichkeit neben zeitabhängigen Beratungsdienstleistungen auch skalierbare Angebote im Portfolio zu haben, versuchen wir Eigenmittel anzusparen, einerseits für Investitionen und andererseits für die eigene Pension sowie die Ausbildung der Kinder.

Verifizierungsindikatoren:

Finanzierung - Crowd-Funding	0 €
Finanzierung - Darlehen von Berührungsgruppen	0 €
Finanzierung - Konventioneller Fremdwährungskredit	0 €
Finanzierung - Konventioneller Inlandskredit	0 €
Finanzierung - Kredit bei Ethikbank	0 €

Eigenkapital	100 %
Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche	47 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B1 Als Geschäftskonto ein Gemeinwohlkonto eröffnen.

Begründung der Bewertung:

Wir sind eine Personengesellschaft und arbeiten zu 100% mit Eigenmitteln.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Auditeinstufung: 10

Geplante Zukunftsausgaben

Im Jahr 2020 wurden Zukunftsausgaben in der Höhe von 3.750 Euro getätigt. Die meisten Zukunftsinvestitionen wurden durch nicht bezahlte eigene Arbeitsleistungen getätigt. Wir gehen davon aus, dass die getätigten Investitionen einen Marktvorteil bedeuten und damit das Risiko der schwankenden Auftragslage bei Beratungsdienstleistungen abzufedern im Stande sind.

Ansprüche der EigentümerInnen auf Unternehmerlohn

Die Eigentümer stellen keine Ansprüche an Kapitalerträge. Der Gewinn wird in Form eines Unternehmerlohnes ausgezahlt und entspricht hoffentlich künftig den Living Wages.

Kein Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln

Wir bestätigen, dass wir auch künftig bei stabiler Gewinnlage nur den angemessenen Unternehmerlohn auszahlen und den Rest in Zukunftsprojekte investieren.

Verifizierungsindikatoren:

Beschreibung	2019	2020
Mittelüberschuss	27.162 €	25.229 €
Gesamtbedarf Zukunftsausgaben	37.000 €	33.500 €
Getätigte strategische Ausgaben gesamt	3.500 €	4.000 €
Anlagenzugänge	0 €	0 €

Zuführung zur Rücklage	0 €	0 €
Ausgeschüttete Kapitalerträge	0 €	0 €
Anteil ausgeschüttete Kapitalerträge an eingebrachten Kapital	0 %	0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Investment in Zukunftsprojekte wie Online-Tool zur Gemeinwohlbilanzierung und Entwicklung eines Marktplatzes für gemeinwohlorientierte Unternehmen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B2 Die Strategie beibehalten und laufend in die Zukunft investieren.

Begründung der Bewertung:

Entwicklungsprojekte wurden von laufendem Geschäft quer finanziert ohne Aufnahme von Fremdkapital.

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Auditeinstufung: 3

Ökologisches Verbesserungspotenzial von Anlagen

Da wir ein Dienstleistungsbetrieb sind, gibt es nur wenig ökologisches Sanierungspotenzial an Anlagen. Die einzige Möglichkeit wäre die Investition in ein Elektroauto, das aber derzeit nicht konkret geplant ist, da wir vermehrt die betrieblichen Fahrten mit öffentlichen Verkehrsmitteln wie Bahn oder U-Bahn im städtischen Bereich zurücklegen.

Mittel für die Realisierung

Ein Elektroauto kostet vermutlich 30.000 Euro und es gibt Umweltförderungen von ca. 5.000 Euro in Österreich dafür.

Umgesetzte Sanierungen

Es wurde eine neue Gasheizung im Homeoffice angeschafft, mit einem Niedertemperatur-Brennwertkessel. Siehe dazu Erläuterung von A1

Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte

Solidarischen Finanzierungsformen hat es bisher keine gegeben, da nichts zu veranlagen ist.

Verifizierungsindikatoren:

Beschreibung	2019	2020
--------------	------	------

Ökologischer Sanierungsbedarf	30.000 €	30.000 €
Realisierte ökologische Sanierung	2.850 €	0 €
Anteil realisierte ökologische Sanierung	9,5 %	0 %
Veranlagungen in sozial-ökologische Projekte	0 €	0 €
Veranlagungen in sozial-ökologische Fonds	0 €	0 €

Kein Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Wie können bestätigen, dass das Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Begründung der Bewertung:

Da wir Heizung, Gebäude und Auto sehr langfristig Nutzen bis End-of-life, macht es derzeit keinen Sinn, ein Elektro-Auto anzuschaffen.

B4 Eigentum und Mitentscheidung

Auditeinstufung: 1

Zwei EigentümerInnen in der Personengesellschaft

Die EigentümerInnen der Drosch-Plöckinger & Plöckinger OG sind Angela Drosch-Plöckinger und Ernst Plöckinger je mit 50% Anteilen. Beide EigentümerInnen arbeiten mit ihren Beratungsdienstleistungen im Betrieb mit. Rechte und Pflichten zur regelmäßigen Kundengewinnung, fachlich hochwertiger Projektbearbeitung und Haftung für die Qualität und Ergebnisse der erbrachten Dienstleistungen stehen im Vordergrund. Ebenso besteht die Verpflichtung, Erträge und Kosten in Balance zu halten.

Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung

Wir arbeiten als FreiberuflerInnen im Rahmen der gemeinsamen Gesellschaft unter gemeinsamer Marke und entscheiden in Fragen des Markenauftrittes gemeinsam. Im Rahmen von Kunden- und Entwicklungsprojekten agiert jede der GesellschafterInnen eigenständig in ihren/seinen durchgeführten Projekten.

Transparente Entscheidungsgrundlagen

Sowohl hinsichtlich der Gesamtorganisation als auch in den einzelnen Projekten sind alle Informationen transparent und es gibt einen regelmäßigen Austausch über die Entscheidungsgrundlagen.

EigentümerInnenstruktur

Die Eigentümerstruktur ist in den letzten 15 Jahren stabil. Ursprünglich wurde die Beratungsgesellschaft als Einzelunternehmen gegründet und nach 10 Jahren um den zweiten Gesellschafter erweitert. Eine weitere Ausweitung der Eigentümer ist derzeit nicht geplant. Es werden jedoch immer mehr Projekte als Kooperationsprojekte durchgeführt, wie Entwicklung des Impact Compass oder Durchführung von GWÖ-Lernwegen.

Verifizierungsindikatoren:

Beschreibung	2019	2020
Verteilung des Eigenkapitals nach Berührungsgruppen - Kapitalanteil der Führungskräfte	100 %	100 %

Kein Negativaspekt: feindliche Übernahme

Feindliche Übernahmen sind aufgrund der Kleinheit gar nicht möglich.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Begründung der Bewertung:

Gründerin ist Angela Drosig-Plöckinger und hat den Partner als Eigentümer dazu geholt.

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Auditeinstufung: 9

Unternehmenskultur

Die Arbeitsplatzqualität spielt bei uns eine zentrale Rolle. Daher haben wir auch 2013 in ein Büro gewechselt, das unseren Kriterien nach Arbeitsplatzqualität besser entspricht als das alte Büro: es ist ausreichend groß mit eigenem Besprechungsraum, hell, warm und hat zwei Terrassen und Garten für die Pausen. Es ist ein idealer Platz für kreatives Arbeiten, für uns selbst und mit KundInnen. Unsere Arbeitszeit ist durch die freiberufliche Tätigkeit 100% frei

gestaltbar und flexibel. Das war vor allem die Hauptmotivation der Selbständigkeit, um die Lebenszeit flexibel zwischen Erwerbsarbeit, Kindererziehung, Familienmanagement und verbleibender Freizeit zu gestalten. Die Sinnstiftung und die Selbstorganisation der Arbeit sind groß, das ist der Hauptzweck der Selbständigkeit gegenüber den früheren angestellten Tätigkeiten.

Aufgrund der Unternehmensstruktur kann jede/r der der im Unternehmen Tätigen die Arbeitszeit, den Ort und auch den Inhalt der Arbeit selbst bestimmen. Jede/r ist für seine Arbeitsbedingungen selbst verantwortlich und kann sie nach eigenen Wünschen optimal gestalten.

Betrieblichen Gesundheitsförderung und zum Arbeitsschutz

Unsere beiden Arbeitsplätze im Büro und im Homeoffice, haben wir nach unseren Vorstellungen so ergonomisch wie möglich gestaltet. Beide Büros befinden sich am Stadtrand in grüner, ruhiger Umgebung, um hier konzentriert und kreativ arbeiten zu können. Für Pausen ist es möglich, sich im Garten oder Wintergarten zu entspannen.

Für die Physische Gesundheit achten wir auf Einhaltung der Pausen, sowohl mittags als auch zwischendurch. Wir gehen teilweise zu Fuß ins Büro – 30 Minuten Fußweg – joggen 3-4 Mal wöchentlich in der Früh im Wald und trainieren 1x wöchentlich im Fitnesscenter. Es wird mehrmals wöchentlich zu Mittag frisch gekocht und es gibt kaum Fastfood.

Für die ärztliche Versorgung nutzen wir hauptsächlich alternative Ganzheitsmedizin (Homöopathie, Traditionelle Chinesische Medizin, Osteopathie) Für die psychische Gesundheit und persönliche Entwicklung nehme ich seit vielen Jahren laufend an Seminaren, Workshops und Vorträgen sowie Interventionsgruppen zum Thema Persönlichkeitsentwicklung, Stressreduktion, soziale Kompetenz und gewaltfreie Kommunikation teil (5 – 20 Tage pro Jahr). Wochenenden werden arbeitsfrei gehalten. Sommerurlaub gönnen wir uns jährlich drei Wochen im Stück.

Diversität

Wir sind zu zweit im Unternehmen, je eine Frau und ein Mann. Im Berichtszeitraum gibt es keine angestellten Mitarbeitenden.

Verifizierungsindikatoren:

Beschreibung	2019	2020
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit	22 Jahre	23 Jahre

Ausmaß der Weiterbildungsangebote pro Mitarbeiter	selbstgeführt	selbstgeführt
In Anspruch genommene Weiterbildungsangebote pro Mitarbeiter	24 Stunden	36 Stunden
Krankheitsquote gesamt	0 %	0 %
Arbeitsbedingte Verletzungen gesamt	0 Anzahl	0 Anzahl
Schwere arbeitsbedingte Verletzungen (exkl. Todesfälle) gesamt	0 Anzahl	0 Anzahl
Todesfälle aufgrund arbeitsbedingter Verletzungen gesamt	0 Anzahl	0 Anzahl
Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen	0 Anzahl	0 Anzahl
In Anspruch genommene Schulungen und Workshops zum Thema Diversität	0 Stunden/Mitarbeitende	0 Stunden/Mitarbeitende
Durchschnittliche Dauer der Väterkarenzen	0 Monate	0 Monate
Durchschnittliche Dauer der Mütterkarenzen	0 Monate	0 Monate

Kein Negativaspekt: menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen

Wir haben keine angestellten Mitarbeitenden und daher kann es auch keine menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen geben.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C1 Mehr Bewegung während er Arbeitszeit einplanen.

Begründung der Bewertung:

Wir sind zwei Selbständige, die absolut frei sind den Arbeitsplatz nach eigen Bedürfnissen zu gestalten.

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Auditeinstufung: 10

Sicherung des „lebenswürdiger Verdienst“

Da wir selbständige UnternehmerInnen sind, entfällt die Beschäftigungsfrage. Jeder von uns beiden Gesellschaftern ist für seine eigenen Projekte, sowohl in der Kundengewinnung und auch in der Kundenbetreuung zuständig. Administrative Maßnahmen teilen wir uns auf, wobei der Hauptteil an Buchhaltung und Marketing von mir durchgeführt wird. Da wir beide 50% Beteiligung haben, teilt sich Überschuss ebenso 50:50 auf.

Selbständige Verdienstplanung

Der Verdienst wird 100% selbstorganisiert bestimmt, da wir freiberuflich tätig sind und sowohl Zahl der Stunden als auch Stundensatz selbst bestimmt wird.

Erfassung der Arbeitszeiten

Wir erfassen die Arbeitszeiten in händischen Stundenlisten, die anschließend einzelnen Projekten zugeordnet werden. Zeiten für Kundengewinnung, ehrenamtliche Tätigkeiten oder administrative Tätigkeiten werden nur grob erfasst. Die finale Stundenauswertung erfolgt meistens nur für verrechenbare Stunden.

Work-Life-Balance

Wir gestalten unsere Arbeitszeit flexibel mit vielen Pausen. Die Normalarbeitszeit beträgt ca. 40 Stunden pro Woche, davon ca. 25% Ehrenamt im Rahmen der Gemeinwohl-Ökonomie. In Kundenprojekten arbeiten wir ca. 40%, der Rest wird für Marketing, Vertrieb, Administration und Networking sowie eigene Weiterbildung genutzt. In Engpasszeiten bei Projektende oder wenn KundInnen dringende Zeitwünsche haben, wird mehr als üblich gearbeitet. Diese Überstunden werden in lockereren Zeiten wieder ausgeglichen. Im Pandemiejahr 2020 wurde überdurchschnittlich viel gearbeitet, da die Umstellung auf Online-Formate mehr Aufwand bedeutete und in Ermangelung von sozialen Kontakten die Zeit für Entwicklungsprojekte genutzt wurde.

Freie Zeiteinteilung

Unsere betriebliche Tätigkeit kann als Teilzeitarbeit betrachtet werden, da wir uns genug Zeit für Ehrenamt, Fortbildung, Networking und Aktivitäten nehmen, die das Berufliche und das Private verschwimmen lassen. Die Berufung zum Beruf machen steht bei uns im Vordergrund. Die freie Einteilung der Arbeitszeit ermöglicht ehrenamtliches Engagement. Hierbei ist es eine besondere Herausforderung zwischen Erwerbsarbeit und Ehrenamt die Balance zu halten. In den ersten Jahren des Engagements für die Gemeinwohl Ökonomie wurde die Balance leicht aus den Augen verloren, was sich in schlechteren Erträgen gezeigt hat.

Zeitmanagement

Für den bewussten Umgang mit Lebens- und Arbeitszeit lege ich immer wieder Reflexionsschleifen ein. Ich arbeite mit Zeitmanagement-Strukturen und versuche jeden Tag zielorientiert zu gestalten. Die Wochenenden sind grundsätzlich Freizeit, außer ein Kunde hat einen überzeugenden Grund für einen Workshop am Samstag. Die Wochenenden werden für Familien- und Hausarbeit genutzt. Wir beide nehmen uns ausreichend Zeit für uns selbst in Form von Lesen und Sport und für den Austausch mit unseren Söhnen (26 und 23 Jahre), für unsere Partnerschaft und für Treffen mit Freunden. Insgesamt planen wir eine Woche Urlaub im Winter und drei Wochen Urlaub im Sommer ein.

Kein Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Da wir ausschließlich freiberuflich tätig sind, gibt es keine Arbeitsverträge.

Verifizierungsindikatoren:

Beschreibung	2019	2020
Höchstverdienst (VZÄ)	10.700 €	8.015 €
Mindestverdienst (VZÄ)	10.700 €	8.015 €
Spreizung Höchst-/Mindestverdienst (VZÄ)	1 : 1	1 : 1
Medianverdienst (VZÄ)	10.700 €	8.015 €
Definierte Wochenarbeitszeit	35 Stunden	35 Stunden
Tatsächlich geleistete Überstunden	0 Stunden	0 Stunden

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Begründung der Bewertung:

Da in unserem Unternehmen im Berichtszeitraum nur selbständige arbeiten ist alles 100% selbstbestimmt.

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

Auditeinstufung: 7

Ernährung während der Arbeitszeit

Ernährung im Büro erfolgt hauptsächlich biologisch und vegetarisch/vegan, Obst und Gemüse wird hauptsächlich saisonal und regional gekauft.

Privates ökologisches Verhalten

Durch die intensive Beschäftigung mit der Gemeinwohl-Ökonomie in den letzten Jahren, setze ich mich automatisch intensiv mit ökologischen Fragen auseinander und entdecke immer mehr Veränderungsbereiche für ökologisches Verhalten. Ich habe ein Seminar zum Thema Deep Ecology besucht, um die Verbundenheit mit unserem Planeten Erde zu verinnerlichen und die nötigen Veränderungsschritte zu planen.

Ein wesentlicher Faktor unserer CO2 Emissionen ist die Heizung. Flüge haben wir im Berichtszeitraum nicht genutzt, da wir bewusst darauf verzichten oder mit der Bahn fahren. Durch die Möglichkeit der Telefonkonferenzen kann die Reisetätigkeit gut reduziert werden. Als wesentlicher CO2-Produzent bleibt die Heizung. Daher haben wir in Passivhaus-Fenster mit 3-Scheibenverglasung investiert und das Büro in einem Niedrigenergiehaus gemietet.

Der Ökologische Fußabdruck ist 3,4 global Hektar (= sehr klein). Der Wert ist im Österreichdurchschnitt recht gut, global gesehen würden wir immer noch 2,2 Planeten brauchen, um die nötige Energie und Ressourcen für alle 7 Mrd. Menschen in dieser Form verfügbar zu machen. Eine weitere Reduktion wäre durch die Investition in eine Solaranlage für Warmwasser bzw. durch den Umstieg auf ein Elektroauto möglich. Das scheitert momentan an den Investitionskosten.

Weg ins Büro

Fahrt zum Arbeitsplatz erfolgt aufgrund unseres Wohnortes am Stadtrand teilweise mit dem Auto, und 50% zu Fuß. Innerstädtisch fahren wir mit der U-Bahn, da wir das Büro extra in U-Bahn Nähe gewählt haben. Im Pandemiejahr wurde verstärkt auf das Auto zurückgegriffen, um das Infektionsrisiko zu minimieren.

Verifizierungsindikatoren:

Beschreibung	2019	2020
Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft	50 %	50 %
PKW / 1 Insasse	50 %	60 %
ÖV	25 %	15 %
Rad	0 %	0 %
Fuß	25 %	25 %
Nutzungsgrad des ökologischen Betriebsangebots der Mitarbeitenden	100 %	100 %

Kein Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/ Duldung unökologischen Verhaltens

Unökologisches Verhalten wird unter keinen Umständen geduldet. Wir werden weder Kaffeekapseln aus Aluminium noch fahren wir mit einem Geländewagen in der Stadt. Bei unvermeidlichen Fahrten mit dem Auto verzichten wir auf die erlaubte Geschwindigkeit und fahren z.B. nur 110 km/h auf der Autobahn, um die CO₂-Emissionen und Stickoxide zu reduzieren.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C3 Noch öfter zu Fuß ins Büro gehen.

Begründung der Bewertung:

Ernährung in der Arbeitszeit 100% fleischlos, immer saisonal und regional.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Auditeinstufung: 10

Alle Daten sind transparent

Da wir nur zwei Personen sind, und als Gesellschafter gleiche Rechte und Pflichten haben, ist alles transparent und offengelegt. Wir sind beide 50:50 Gesellschafter.

Gleichwertige PartnerInnen

Legitimierung der Führungskräfte ist bei unserem zwei-Personen Unternehmen nicht relevant, da sich jeder selber führt. Wir arbeiten wie in einer Kooperation zusammen und sind gleichwertige PartnerInnen hinsichtlich Entscheidung und Verantwortung.

Gemeinsame Entscheidungen

Grundsatz- und Rahmenentscheidungen, die das Unternehmen betreffen, werden gemeinschaftlich getragen nach dem Konsentprinzip. Bei schwerwiegendem Einwand eines Partners suchen wir nach einer neuen Lösung.

Entscheidungen in Kundenprojekten trifft jeder Projektleiter selbst. Wir sind jeweils zu 100% über kritische Fragen des Partners informiert, z.B. welche

Kooperationen eingegangen werden, welche Kundenprojekte bestehen und welche Verpflichtungen gegenüber Externen eingegangen werden. Grundsatz und Rahmenentscheidungen treffen wir gemeinsam bzw. wir informieren den Partner über die individuellen Vorhaben.

Erfahrungen mit Transparenz und Mitbestimmung

Da wir zwei PartnerInnen sind mit 50:50 Anteil, ist es leicht transparent den/die PartnerIn zu informieren und kritische Fragen gemeinsam zu besprechen. Wenn es hart auf hart geht, hat jede/r das Recht, seinen Lösungsweg eigenverantwortlich zu gehen, z.B. bei der Frage externes Büro oder Home-Office.

Kein Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Da es keine angestellten Mitarbeitenden gibt, ist ein Betriebsrat nicht möglich.

Verifizierungsindikatoren:

Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten	100 %
Von eigenen Mitarbeitenden legitimierte Führungskräfte	Nicht relevant, da es keine angestellten Mitarbeitenden gibt.
Entscheidungen mit Mitentscheidung der Betroffenen	100 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Begründung der Bewertung:

Alle Entscheidungen werden im Konsent getroffen.

D1 Ethische KundInnenbeziehung

Auditeinstufung: 7

Ziel sind begeisterte KundInnen

Zweck unserer unternehmerischen Tätigkeit ist es seit vielen Jahren, den Transformationsprozess in Richtung Werteorientierung und nachhaltiges sowie gemeinwohlorientiertes Wirtschaften von Klein- und Mittelbetrieben zu

unterstützen sowie die regionale Wirtschaft zu fördern und regionale Qualitätsbetriebe zu erhalten.

Das ist auch Ziel jeder Marketingaktivität. Im Fokus stehen Bewusstseinsbildung und Informationen über die Möglichkeiten anders zu wirtschaften und dadurch langfristig erfolgreich zu sein. Umsatz ist nicht das Ziel sondern das Ergebnis, wenn Kunden begeistert werden, anders zu wirtschaften und Neues auszuprobieren. Umsatzvorgaben gibt es keine. Jedoch versuchen wir den Mindestumsatz im Blick zu haben, um kostendeckend zu sein.

KundInnen-Beziehungs-System

Ethisches Marketing beginnt bei den angebotenen Dienstleistungen zur Entwicklung nachhaltiger Unternehmensstrategien als Alternative zum einseitigen Gewinnstreben. Wir unterstützen Familienunternehmen, um bewusste, nachhaltige und partizipative Organisationen zu gestalten, die wiederum einen wertvollen Beitrag zur Gesellschaft leisten.

Darüber hinaus unterstützen wir nachhaltig orientierte GründerInnen, UnternehmerInnen und regionale Initiativen, um ihre Ideen und Visionen umzusetzen und damit einen positiven Beitrag zur Gesellschaft zu leisten.

Da wir keine Vertriebsmitarbeiter einsetzen, gibt es keine Bonifikationen und Provisionen. Wir gewinnen neue KundInnen durch Beziehungspflege zu bestehenden Kunden, durch fachlich fundierte Newsletter bzw. durch Weiterempfehlung. Darüber hinaus über Website-Anfragen, Angebote von kostenfreien Webinaren und Impulsabenden, durch Kontaktpflege in Branchennetzwerken und in der Nachhaltigkeits- sowie Gemeinwohlszene.

KundInnennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben

Wir besuchen jährlich Fortbildungsseminare (3 – 10 Tage) und nehmen regelmäßig in Intervisionsgruppen teil, um durch persönliche Weiterentwicklung den Kundennutzen ständig zu steigern. Darüber hinaus investieren wir unsere Zeit und unser Know-how in die Entwicklung von innovativen, nützlichen Tools zur nachhaltigen Weiterentwicklung von Organisationen, wie den Impact Compass. Wir sind überzeugt, dass nur echter Kundennutzen zu nachhaltigem Erfolg führt, sowohl für die KundInnen als auch für das eigene Unternehmen. So streben wir in allen Geschäftsbeziehungen nach Win-Win-Beziehungen, hören auf die echten Bedürfnisse und können so optimalen Nutzen stiften.

Erleichterter Zugang zu Dienstleistungen

Viele Informationen zum Thema nachhaltige Unternehmensentwicklung stehen über die Website zur Verfügung und wir bieten Fachinformationen regelmäßig in einem kostenfreien Newsletter, der nur an Interessierte geschickt wird und jederzeit abgemeldet werden kann.

Folder für offene Gruppenworkshops, stehen zum Download auf der Website zur Verfügung. Inhalt, Methode und Preis sind ersichtlich. Die Kalkulation der Preise wird angegeben, da wir nach Tagsätzen abrechnen, die teilweise den Konditionen von Förderstellen angepasst sind und den empfohlenen Tagsätzen der Branche UBIT entsprechen. Für GWÖ orientierte Projekte berücksichtigen wir die gemeinsam vereinbarten Preisrichtlinien. Unsere Tagsätze sind sozial gestaffelt nach Unternehmensgröße und liegen zwischen 720 € und 1200 €.

KundInnen erhalten bei einem kostenfreien Erstgespräch einen Projektvorschlag mit einem verbindlichen Preis, der transparent und nachvollziehbar ist. Für offene Gruppenworkshops mit mehreren Unternehmen gibt es entweder einen kostenfreien Informationsabend oder ein kostenfreies Erstgespräch über Inhalt und Methode. Unethische Werbemaßnahmen kommen bei uns nicht in Frage, da dies unserem Werteverständnis widerspricht.

Da unserer Beratungsdienstleistungen sehr werteorientiert sind, präferieren wir auch KundInnen, die ethische Werte teilen und Entwicklung und Leben fördern und nicht zerstören. Durch das Resonanzprinzip finden auch immer KundInnen zu uns, die auch diese ethischen Werte leben. Das ergibt sich schon alleine aus dem Inhalt unseres Leistungsangebotes. Im Fokus steht ein Entwicklungsprogramm für Unternehmen, das den Faktor Mensch in den Mittelpunkt stellt: ganzheitliche, partizipative Führungsinstrumente, Geschäftsmodell-Innovation für soziale Nachhaltigkeit, Instrumente zur Gestaltung des Kulturwandels, wie Open Space Konferenz, RTSC-Konferenz.

Unethische KundInnen hatten wir in den letzten Jahren gar nicht mehr, da sich diese von unserem Angebot nicht angesprochen fühlen. Ganz im Gegenteil, eher unethische Interessenten der Vergangenheit melden sich auch vom Newsletter ab, da sie unsere Inhalte offenbar in Gewissenskonflikte bringen.

Verifizierungsindikatoren:

Gesamtausgaben Marketing	12.000 €
Ausgaben Werbung	0 €
Ausgaben Verkauf	12.000 €
Anteil Fixe Ausgaben Verkauf an Ausgaben Verkauf	100 %
Anteil Umsatzabhängig Ausgaben Verkauf an Ausgaben Verkauf	0 %

Anteil Umsatz von benachteiligten KundInnen	16,67 %
---	---------

Kein Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen

Unethische Werbemaßnahmen kommen bei uns nicht in Frage, da dies unserem Werteansatz widersprechen würde. Bei Kommunikationsmaßnahmen wird stets auf die Einwilligung der Empfänger geachtet.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Kommunikation mit KundInnen erfolgt hauptsächlich über die Website. Die Initiative geht immer von KundInnen aus, indem sie sich zu Veranstaltungen oder Webinaren anmelden.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

D1 Häufigere Beziehungspflege zu KundInnen. UnternehmerInnen Café aufleben lassen.

Begründung der Bewertung:

Bei jedem Projekt gibt es immer eine ausführliche Auftragsklärung, damit zu 100% die Kundenbedürfnisse erfüllt werden.

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

Auditeinstufung: 6

Kooperation aus Leidenschaft

Wir kooperieren im gesamten Geschäftsbereich, wenn es der Projektumfang erfordert oder für gemeinsame Entwicklungsprojekte. Wesentliche Kooperationsprojekte im Berichtszeitraum waren eine Kooperation mit dem Umweltinformatik-Unternehmen akaryon, zur gemeinsamen Entwicklung und Vertrieb eines Online Tools zur Gemeinwohlbilanzierung und anderer Nachhaltigkeitsstandards (Impact Compass). Dieses Tool ist ein zentrales Element aller künftigen Beratungsdienstleistungen und ist auf Kooperation ausgelegt, auch künftig mit zertifizierten GWÖ-BeraterInnen.

Ein weiteres Kooperationsprojekt im Berichtszeitraum war Forum Tomorrow, eine Plattform zur Förderung des Austausches und der Weiterentwicklung von nachhaltigen und gemeinwohlorientierten Unternehmen. Ein Dauerbrenner in Sachen Kooperation ist der Kreis der GWÖ-AuditorInnen, in dem Audits in

Kooperation aber auch einzeln durchgeführt werden sowie das gesamte GWÖ-Auditsystem, das gemeinschaftlich weiterentwickelt wird.

Eine weitere langjährige Kooperation ist die Durchführung von Lernwegen zur GWÖ-Beraterzertifizierung mit Manfred Kofranek. Darüber hinaus pflegen wir gute, freundschaftliche Kontakte zu BranchenkollegInnen, betreiben Erfahrungsaustausch im Rahmen von Arbeitskreisen und Branchentreffen (Gemeinwohl-BeraterInnen, GWÖ-AuditorInnen, BeraterInnenpool Wifi Wien und NÖ, Expertsgroup CSR-Berater) und arbeiten projektweise mit KollegInnen zusammen.

Im Rahmen von Gemeinschaftsprojekten legen wir die Kosten und Kalkulationen regelmäßig umfassend offen sowie nennen Bezugsquelle und Technologien, wie beispielsweise ein empfehlenswertes CMS-System oder tauschen uns über gut funktionierende Marketinginstrumente aus. Ich teile gerne Wissen und gebe bereitwillig Informationen weiter im Rahmen des Genuine-Contact-Mentoring-Cercle und im GWÖ-BeraterInnenkreis.

Solidarisches Verhalten gegenüber anderen Unternehmen

Wir geben alle wichtigen Informationen gerne weiter, vor allem für GWÖ Interessierte und GWÖ-AkteurInnen. Wir bieten jüngeren KollegInnen Möglichkeiten zum Hospitieren und profitieren von gegenseitigem Know-how Transfer, unterschiedlichem Erfahrungshintergrund und neuen Kontakten.

Kooperationen mit zivilgesellschaftlichen Initiativen

Wir kooperieren seit 2011 mit der Gemeinwohl Ökonomie, um den ökologischen und sozialen Standard in der Wirtschaft zu erhöhen. Dabei ist das Engagement im Rahmen des Matrix-Entwicklungsteams, im AuditorInnen-Kreis und im Rahmen der GWÖ BeraterInnen der Schwerpunkt. Die Kooperation erfolgt sowohl ehrenamtlich als auch in Form von wirtschaftlichen Tätigkeiten für Audit und Beratung.

Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards

Ein aktiver Beitrag zur Erhöhung des gesetzlichen Standards wird geleistet, indem zum Beispiel die Stadt Wien (Büro Stadtrat Hanke) gemeinsam mit Christian Felber und Silvia Painer informiert, begeistert und betreut wurde.

Engagement zur Erhöhung des ökologischen & sozialen Branchenstandards

Ich engagiere mich seit 2011 als Co-Entwicklerin im Rahmen des Matrix-Entwicklungsteams und ebenso lange für den Aufbau, Gestaltung und Weiterentwicklung des GWÖ-Auditsystems.

Kein Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Es gibt bewusst keine vergleichende Werbung mit Mitbewerbern, auch nicht im persönlichen Gesprächen. Die eigenen Vorzüge und Kompetenzen werden wohlwollend neutral im Vergleich zu den Mitbewerbern kommuniziert. Bei Brancheninitiativen für ethisch-kooperatives Marketing übernehmen wir einen aktiven Part, z.B. bei den Gemeinwohl BeraterInnen und bei Forum for Future.

Beschreibung	2019	2020
Anteil Mitarbeitendenstunden in Kooperations-Projekten an Mitarbeitendenstunden gesamt	50 %	25 %
Anteil Mitarbeitendenstunden in Kooperations-Projekten mit Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional) an Mitarbeitendenstunden gesamt	50 %	25 %
Anteil Mitarbeitendenstunden aus Kooperations-Projekten mit Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen an Mitarbeitendenstunden gesamt	0 %	0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Es gab viele Projekte in Kooperation mit BranchenkollegInnen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Begründung der Bewertung:

Kooperation wird überall dort angestrebt, wo es möglich ist.

D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Auditeinstufung: 8

Ökologischen Auswirkungen unserer Dienstleistungen

Bei unseren immateriellen Dienstleistungsprojekten sind einerseits die Anreise zum Kunden und der Kundenbesuch sowie die indirekten ökologischen Wirkungen aufgrund der Projektinhalte relevant. Inhaltlich stehen ökologische Themen bei Kundenprojekten im Vordergrund, beispielsweise Unterstützung von

Klienten bei der ökologischen Produktentwicklung, wie Aufbau einer Biomarke oder Innovation im Bereich vertikale Begrünung.

Bei der Projektauswahl haben wir uns das Ziel gesetzt, nur ökologisch nützliche Projekte zu unterstützen, z.B. Begleitung der Projektrealisierung eines Natur-Kunst-Projektes zur Förderung der regionalen, ökologischen Kreislaufwirtschaft als Experimentier- und Vorzeigeprojekt oder Koordination eines Güteschutzvereins für Wärmedämmsysteme zur energieeffizienten Gestaltung von Gebäuden.

Falls Projekte bei Projektstart noch keine ökologiefördernde Komponente aufweisen, bringen wir Ideen und neue Aspekte ein, damit das Unternehmen seinen ökologischen Fußabdruck reduzieren kann, z.B. Anschaffung eines Elektroautos für ein Taxiunternehmen statt eines Dieselfahrzeugs. Bei der Güteschutzgemeinschaft ist der inhaltliche Schwerpunkt die Reduktion der CO₂-Emissionen bei bestehenden Altgebäuden durch hochwertige Wärmedämmung. Nur durch Altbau-Wärmedämmung kann der CO₂-Ausstoß im Bereich Heizung reduziert werden, denn jedes zusätzliche Neugebäude würde zusätzliche Emissionen verursachen.

Strategie zur Reduzierung von Reisekilometern

Wir betreuen hauptsächlich KundInnen im Raum Ostösterreich, um die Anreise so gering wie möglich zu halten. Wir sind vor einigen Jahren in ein neues Büro übersiedelt, und haben den Standort speziell gewählt, um mit der U-Bahn und Westbahn gut erreichbar zu sein. Darüber hinaus ist das neue Büro in Fußnähe unseres Wohnhauses. Telefonkonferenzen werden mit Kollegen aus dem deutschsprachigen Raum bzw. mit Kooperationspartnern und KundInnen abgehalten, um auch ohne Reisetätigkeit effizient arbeiten zu können (auch schon vor der Pandemie).

Strategie für maßvollen Konsum

Bei der Gestaltung unserer Dienstleistungen achten wir auf ökologische Aspekte wie:

- Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln, wenn es möglich ist
- Biologisches Essen bei Workshops
- Arbeitsunterlagen auf Umweltpapier ausdrucken
- Verwendung von Umwelt-Flipchartpapier
- Papier doppelseitig bedrucken und beschreiben
- Elektrogeräte abdrehen, wenn sie nicht verwendet werden
- Mehr analog als digital arbeiten

Nachhaltigkeit im Geschäftsmodell

Wir setzen uns inhaltlich bei unseren Beratungsleistungen aktive für eine ökologische Nutzung von Ressourcen und suffizienten Konsum ein. Da unsere Produkte ausschließlich Business-to-Business Dienstleistungen sind, spielt der suffiziente Konsum nur indirekt eine Rolle. Wie schon inhaltlich beschrieben, bevorzugen wir KundInnen, die ihrerseits suffizienten Konsum fördern bzw. wir regen noch weniger bewusste UnternehmerInnen an, sich mit dem Thema Ökologie und Suffizienz auseinander zu setzen. Eine Zusammenarbeit mit uns bedeutet immer auch Bewusstseinsweiterung in Richtung ökologische Aspekte in der Unternehmensführung.

Kommunikation mit KundInnen

Aktive Kommunikation ökologischer Aspekte gegenüber KundInnen steht bei jedem Beratungsprojekt auf der Tagesordnung. Produktentwicklungen zur Integration nachhaltiger Aspekte in die Kernprozesse des Unternehmens, wie SDG Online Werkstatt und Impact Compass sind hier als vorbildlich zu sehen.

Kein Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

Wir bestätigen, dass es keine bewusste Inkaufnahme von unverhältnismäßig hohen Umweltauswirkungen gibt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Neue Produkte und Dienstleistungen zur Erfassung und Reduktion der ökologischen Auswirkungen wurden entwickelt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

D3 CO2 kompensieren

Begründung der Bewertung:

Sowohl das Leistungsangebot als auch das eigene Verhalten zielt auf eine Reduktion der negativen ökologischen Auswirkungen ab.

D4 KundInnenmitwirkung und Produkttransparenz

Auditeinstufung: 3

Ausführliche Auftragsklärung mit KundInnen

Ehrliche, offene Kundenbeziehungen sind das Zentrum unserer Bemühungen. Das ist auch institutionalisiert, da wir nach der ÖNORM für Unternehmensberatungsdienstleistungen EN 16114 arbeiten, die den

transparenten und partizipativen Prozess in der Zusammenarbeit mit KundInnen regelt. Im Verkaufsprozess steht umfassende Information im Vordergrund. KundInnen können frei ohne Beeinflussung entscheiden.

Jeder Kundenkontakt beginnt mit einem kostenfreien Erstgespräch, in dem es um eine tiefgehende Auftragsklärung geht, bei der wir herausarbeiten, was die KundInnen wirklich brauchen, um einen nachhaltigen Nutzen zu erzielen. Es würde gegen unsere Berufsethik verstoßen, „unzweckmäßige“ Projekte nur um des Geschäftes Willen durchzuführen. Jedes einzelbetriebliche Projekt ist nach den Anforderungen der KundInnen maßgefertigt und wird überwiegend in gemeinsamen Workshops mit den AuftraggeberInnen abgewickelt. Das ermöglicht somit 100% Kundenpartizipation. Bei Projektstart gibt es eine ausführliche Projektdefinition mit Ziel, Aufgaben, Erfolgskriterien, Terminziel und Budget unserer Zusammenarbeit.

Feedback von KundInnen

Nach jedem Workshop oder Seminar erhalten die KundInnen einen Feedbackbogen, in dem sie den Nutzen des Workshops bewerten und spezifische Wünsche und Anregungen eintragen können. Diese Feedbackbögen werden ganz genau ausgewertet und Ideen und Verbesserungsvorschläge für den nächsten Workshop sofort berücksichtigt. Jeder Workshop und jedes Seminar wird von Ablauf her genau geplant. Wir sind aber immer so flexibel, dass Spielraum für individuelle Wünsche und Anforderungen bleibt. Durch die Auftragsklärung am Beginn jeder Kundenbeziehung werden die Wünsche und Anforderungen ganz genau erhoben und für das Workshop-Design berücksichtigt. Es gibt also 100% Kundenmitsprache in den Projekten.

Information über Dienstleistungen

Wir haben eine ausführliche und detaillierte Website, wo die einzelnen Leistungsangebote inhaltlich und methodisch beschrieben sind. Ein Interessent kann sich dabei ein konkretes Bild machen, was bei Beauftragung zu erwarten ist. Darüber hinaus gibt es für InteressentInnen immer ein kostenfreies Erstgespräch, in dem individuelle Wünsche besprochen und Fragen zum Angebot geklärt werden.

Kein Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Da wir nur immaterielle Dienstleistungen im Angebot haben, gibt es keine Gefahrenstoffe.

Verifizierungsindikatoren:

Beschreibung	2019	2020
--------------	------	------

Produkte oder Dienstleistungen mit sozial ökologischer Verbesserung, die unter Mitwirkung von KundInnen entstanden sind	3 Anzahl	3 Anzahl
Umsatz Produkte mit ausgewiesenen Inhaltstoffen	0 €	0 €
Umsatz Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen	0 €	0 €

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Nach jedem Workshop wird Feedback eingeholt mittels Feedbackbogen und im Abschlusskreis.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

D4 Preisbestandteile veröffentlichen

Begründung der Bewertung:

Kundenfeedback wird immer ausgewertet und fließt in die Weiterentwicklung ein.

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Auditeinstufung: 6

Bedürfniss-Erfüllung der KundInnen

Unsere Dienstleistungen dienen der Entwicklung der Menschen (UnternehmerInnen-Coachings, Beraterausbildung) der Gemeinschaft (Gruppenworkshops, Strategieentwicklung im Team, Kooperationsaufbau) und der Erde (Sensibilisierung zu ökologischen Aspekten).

Mit unserem Leistungsangebot erbringen wir einen mehrfach positiven Nutzen für die Gesellschaft indem wir folgende Grundbedürfnisse erfüllen:

Lebensgrundlage: Im Rahmen der Existenzgründungsberatung unterstützen und befähigen wir Menschen, mit ihrem eigenen Unternehmen ihre Ideen und Träume zu verwirklichen sowie erfolgreich umzusetzen. Die Förderung regionaler Betriebe und somit deren Lebensgrundlage steht bei der Güteschutzgemeinschaft im Vordergrund.

Beziehungen zu Menschen und zur Umwelt: Im Rahmen des ganzheitlichen Beratungsansatzes steht der Beziehungsaufbau, der wertschätzende Umgang

miteinander, die Sensibilisierung in Umweltfragen sowie das Denken in Systemzusammenhängen im Vordergrund.

Bildung: Alle unsere Beratungsangebote bedeuten persönliche Entwicklung und Bildung für die KundInnen, da sie fast ausschließlich in gemeinsamen Workshops mit den KundInnen ausgeführt werden. Speziell ist die Qualifizierung von Mitarbeitern in der Baubranche das Hauptangebot der Güteschutzgemeinschaft, um Kriterien für das „Bestbieterprinzip“ als bessere Alternative zum „Billigbieterprinzip“ zu schaffen.

Mitbestimmung: Durch die persönliche und unternehmerische Weiterentwicklung der Unternehmerpersönlichkeiten wird die Selbstautonomie, Übernahme von Verantwortung und Steigerung der Selbstwirksamkeit erreicht.

Kunst und Gestaltung: Die Verwirklichung eines unternehmerischen Traums ist immer im hohen Maße eine Kunst und Gestaltungsfrage. Wenn es gelingt, diesen Traum zu realisieren, ist das Gestaltungsbedürfnis befriedigt.

Identität: Die eigene Identität zu finden und im Rahmen der Unternehmenspositionierung sichtbar zu machen, ist ein zentrales Leistungsangebot.

Freiheit, Menschenwürde: Durch die Förderung des partizipativen Führungsansatzes in Unternehmen wird das Bedürfnis nach Freiheit und Menschenwürde nicht nur für UnternehmerInnen sondern auch für die MitarbeiterInnen erfüllt. Unsere Unternehmensberatungsdienstleistungen nach dem holistischen Organisationsentwicklungsansatz Genuine Contact™ und im Rahmen der Gemeinwohl-Ökonomie erfüllen die menschlichen Grundbedürfnisse mehrfach positiv ohne negative Folgewirkungen.

Kulturverträglichkeit: Unsere Leistungsangebote zielen auf die Gestaltung einer nachhaltigen, wertschätzenden, menschlichen und umweltbewussten Unternehmenskultur ab und sind im Vergleich zu herkömmlichen Beratungsansätzen vorbildlich zu betrachten.

Naturverträglichkeit: Im Vergleich zu ähnlichen Beratungsleistungen ist die Naturverträglichkeit überdurchschnittlich zu bewerten, da wir das ökologische Bewusstsein aktiv fördern und bei der eigenen Leistungserstellung die ökologischen Auswirkungen laufend reduzieren.

Grundbedarf statt Luxus

Die Erfüllung dieser Grundbedürfnisse ist nicht Luxus sondern existenziell. Da wir unsere KundInnen wertorientiert auswählen und ausschließlich für

Unternehmen arbeiten, die wiederum menschliche Grundbedürfnisse positiv erfüllen, kann auch der indirekte Nutzen positiv bewertet werden.

Begleitung für Entwicklung

Unsere Dienstleistungen fördern das persönliche Wachstum der Menschen durch Information über den jeweiligen Gesamtzusammenhang mit einem systemischen Fokus. Wir helfen durch ganzheitliche Betrachtung das lineare Denken zu überwinden und über den eigenen Tellerrand zu blicken. Unsere Kundenprojekte sind dann erfolgreich, wenn Menschen etwas Neues entdecken, umdenken und letztlich dann auch ihr Verhalten verändern. Dafür wenden wir spezifische Methode an wie Genuine Contact oder Systemaufstellungen. In Trainings gibt es keine Frontalvorträge, sondern das eigene Erleben, der Austausch und praktische Anwendung steht im Vordergrund.

Beitrag zu den Sustainable Development Goals (SDG)

Die globalen aber auch regionalen Herausforderungen der Gesellschaft und unseres Planeten werden durch die Sustainable Development Goals (SDG) der Vereinten Nationen adressiert. Um Unternehmen und Organisationen diese global Goals näher zu bringen und sie zu unterstützen, die SDGs in die eigene Unternehmensstrategie zu integrieren, haben wir ein spezielles eLearning-Tool entwickelt, das den Bedeutungszusammenhang der einzelnen SDGs für das Unternehmen einfach erklärt und die strategische Ausrichtung von Organisationen anhand der SDGs erleichtert.

Die Wirkung reicht von der Bewusstseinsbildung, auslösen von Betroffenheit bis zur Umsetzung von konkreten Maßnahmen. Da ein Großteil der Produkte und Dienstleistungen die Gemeinwohlorientierung von Unternehmen fördert, vom GWÖ-Audit angefangen, über Workshop-Angebote, Trainings und Online-Tools, werden durch die Veränderung in der Organisationen die SDGs indirekt unterstützt und somit globale Herausforderungen gelöst.

Folgende SDGs haben bei unserem Leistungsangebot direkte Relevanz:

SDG 3: Gesundheit und Wohlbefinden: Durch unsere Beratungs- und Trainingsleistungen werden für die Gesundheit und das Wohlbefinden relevante Fähigkeiten entwickelt und im Unternehmen umgesetzt.

SDG 4: Hochwertige Bildung: Für das eLearning-Tool "SDG Online Werkstatt" haben wir den Best of Austria Award für Bildung für nachhaltige Entwicklung des Umweltministeriums 2019 erhalten

SDG 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum: Mit unserem Angebot für nachhaltige Unternehmensentwicklung werden menschenwürdige

Arbeitsplätze geschaffen und gefördert. Da wir vor allem für Klein- und Mittelbetriebe arbeiten, fördert die Weiterentwicklung dieser Organisationen das nachhaltige Wachstum.

SDG 9: Industrie, Innovation und Infrastruktur: Ein wesentlicher Anteil unserer Dienstleistungen fokussiert auf Innovation. So leisten wir einen Beitrag, um nachhaltige Innovation zu fördern.

SDG 10: Weniger Ungleichheit: Viele unserer Dienstleistungen können mit Förderungen genutzt werden. Somit ist zukunftsweisendes Know-how auch für Kleinstunternehmen mit weniger Kaufkraft erschwinglich.

SDG 12: Nachhaltiger Konsum und Produktion: Durch das Leistungsangebot zur Unterstützung der Gemeinwohlausrichtung werden nachhaltige Produkte und Dienstleistungen geschaffen.

SDG 13: Maßnahme zum Klimaschutz: Mit dem Impact Compass kann der CO₂-Fußabdruck jeder Organisation leicht erfasst und berechnet werden, was die Bewusstheit und schließlich das Verhalten für mehr Klimaschutz fördert.

SDG 14, SDG 15: Leben im Wasser und auf dem Land: Das Beratungsangebot gibt konkrete Handlungsanleitungen, wie alles Leben und die Biodiversität geschützt werden kann.

SDG 17: Partnerschaft zur Erreichung der Ziele: Viele unserer Dienstleistungen werden in Gruppen- und Austauschformaten angeboten. Dabei entstehen Partnerschaften und Kooperationen für nachhaltige Entwicklung.

Kein Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Wir bestätigen, dass keine menschenunwürdigen Produkte und Dienstleistungen angeboten werden.

Verifizierungsindikatoren:

Beschreibung	2019	2020
Anteil Umsatz, der Grundbedürfnisse erfüllt am Gesamtumsatz	100 %	100 %
Anteil Umsatz der Statusprodukte am Gesamtumsatz	0 %	0 %
Anteil Umsatz, der Entwicklung der Menschen dient am Gesamtumsatz	66,67 %	66,67 %
Anteil Umsatz, der Regeneration der Biosphäre dient am Gesamtumsatz	33,33 %	33,33 %

Anteil Umsatz, der sozialen und ökologische Herausforderungen lt. UN (SDG) dient am Gesamtumsatz	66,67 %	66,67 %
Anteil Umsatz mit mehrfachem Nutzen am Gesamtumsatz	100 %	100 %
Anteil Umsatz mit hemmenden oder Pseudonutzen am Gesamtumsatz	0 %	0 %
Anteil Umsatz mit Negativnutzen am Gesamtumsatz	0 %	0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Sämtliche Leistungsangebote dienen der nachhaltigen Entwicklung von Menschen und Unternehmen in Richtung Gemeinwohl.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E1 Erreichung eines größeren Adressatenkreises durch Kooperation mit NGOs.

Begründung der Bewertung:

Die betriebliche Tätigkeit zielt auf gesellschaftliche Wirkung ab. Als Kleinbetrieb ist der Wirkradius allerdings begrenzt.

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

Auditeinstufung: 7

Ehrenamt für die Gemeinwohl-Ökonomie

Wir sind in drei Bereichen ehrenamtlich tätig:
 In der Gemeinwohlbewegung engagiert sich Angela durchschnittlich 10 - 15 Stunden pro Woche ehrenamtlich: im Matrix-Entwicklungsteam, im Auditorinnen-Kreis, im BeraterInnen-Kreis sowie in der Regionalgruppe Wien. Als Teil der GC-Community arbeite ich am Aufbau des GC-Mentoringkreises Wien. Das ehrenamtliche Engagement von Angela beträgt ca. 25% der Gesamtarbeitszeit, davon ist je die Hälfte Meetings der Arbeitskreise und die Hälfte Organisation und konzeptionelle Arbeit.

Wirkung des Engagements

Die Wirkungen der freiwilligen Aktivitäten sind sehr vielschichtig und reichen von Kommunikation und Information für die Öffentlichkeit, Stärkung von Gemeinschaft, Erfahrungsaustausch, Ressourcenteilung, persönliche Entwicklung und inspirierende Perspektiven für die Zukunft.

Wir zahlen Steuern in Österreich

Wir haben den Firmensitz in Wien, keine Tochtergesellschaften in Steueroasen und 100% des Umsatzes ist B2B. Dadurch ist sichergestellt, dass 100% des Umsatzes in Österreich versteuert wird.

Beitrag zum Gemeinwesen

Der Hauptbeitrag zum Gemeinwesen liegt in der Bezahlung der Sozialversicherungsbeiträge der Selbständigen.

Im Berichtszeitraum 2019/20 wurden keine Förderungen bezogen.

Kein Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung

Wir bestätigen, dass es keine illegitime Steuervermeidungspraktiken gibt.

Kein Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

Korruptionspraktiken wie Bestechung werden grundsätzlich abgelehnt und kommen unter keinen Umständen in Frage.

Verifizierungsindikatoren:

Beschreibung	2019	2020
Nettoabgaben	6.345 €	7.317 €
Nettoabgabenquote	19,7 %	23,38 %
Wertschöpfung	32.204 €	31.300 €
Anteil Investitionen in das Gemeinwesen an Gesamtumsatz	0 %	0 %
Anteil Corporate Volunteering Stunden am Mitarbeiterstunden gesamt	25 %	25 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Die ehrenamtliche Tätigkeit innerhalb der GWÖ-Bewegung ist auf einem anhaltenden hohen Niveau geblieben.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E2 Konkrete Definition von Zielen und Messung der Wirkungen in einzelnen Bereichen.

Begründung der Bewertung:

Die rein monetäre Abgabenquote ist im Bereich "Fortschrittlich". Dem gegenüber ist das ehrenamtlich Engagement weit über dem Durchschnitt und wird ab 5% als "vorbildlich" betrachtet.

E3 Absolute Reduktion ökologischer Auswirkungen

Auditeinstufung: 6

Umweltauswirkungen

Die ökologischen Auswirkungen für unser kleines Beratungsunternehmen ohne wesentliche Produktionsprozesse halten sich in Grenzen. Dennoch geht es auch hier um Energiereduktion, Reduktion des Mobilitätsaufwandes und des Ressourcenverbrauches.

Betreffend Energie ist die Heizenergie relevant. Wir haben unser Büro 2013 in ein Niederenergiehaus übersiedelt, das wir kaum heizen müssen. Selbst im Winter ist es recht warm, da es Ost- und Westseitig ausgerichtet ist und der Sonneneintrag gut genutzt werden kann. In unserem Wohnhaus / Home-Office gibt es 5 cm Wärmedämmung auf der Fassade, die oberste Geschoßdecke ist mit 20 cm Dämmstoff gedämmt, es gibt eine 3-Scheiben-Verglasung und eine niedertemperatur Fußbodenheizung. Sowohl im Büro als auch im Home-Office wird mit Erdgas geheizt (siehe Beschreibung bei A1). Da Erdgas CO₂ freisetzt, hat diese Heizmethode immer noch negative Umweltauswirkungen.

Strategie um die Umweltauswirkungen zu reduzieren?

Um den Papierverbrauch zu reduzieren, werden Dokumente nur ausgedruckt, wenn sie wirklich benötigt werden und dann jedenfalls doppelseitig bedruckt. Es wird ausschließlich Recyclingpapier verwendet. Flipchartpapier wird ebenso doppelseitig verwendet.

Bei Strom verwenden wir sowohl im Büro als auch im Home-Office 100% zertifizierten Ökostrom. Anbieter sind Firma Ökostrom bzw. AEE Naturstrom. Elektrogeräte werden niemals im Stand-By Betrieb gelassen. Bei Arbeitsende werden alle Geräte heruntergefahren und die Steckerleisten abgedreht. Zur Reduktion der Heizenergie achten wir darauf, dass die Zimmertemperatur max. 21° beträgt und nur stoßgelüftet wird.

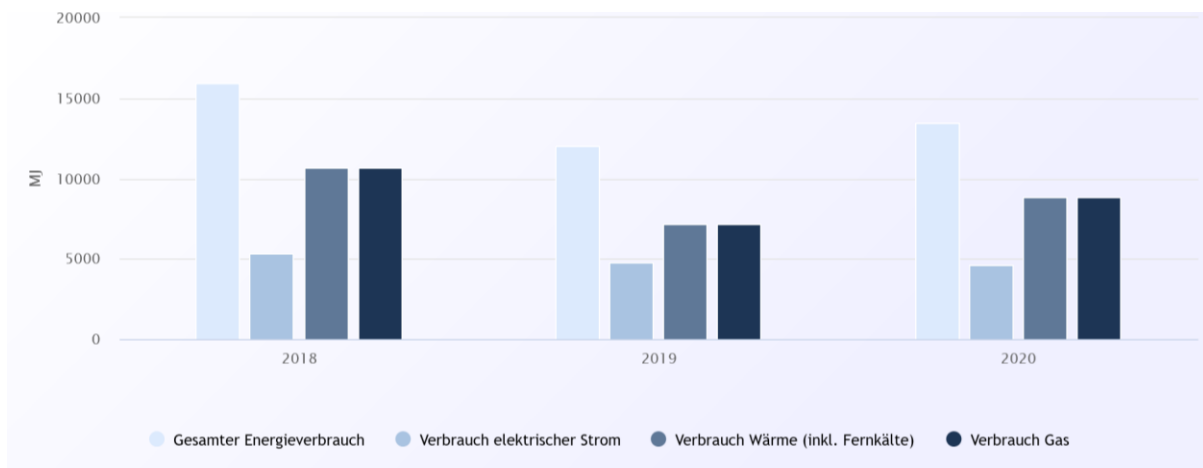
Mobilität

Unsere Arbeitsprozesse finden sowohl im Büro bzw. Home-Office statt bzw. beim Kunden. Die Fahrten zum Kunden für Workshops, Meetings oder Audits haben Umweltauswirkungen. Wo es möglich ist fahren wir mit der Bahn. Wir minimieren PKW-Fahrten, indem Meetings auch durch Telefonkonferenzen ersetzt werden. Innerstädtisch nutzen wir die Öffis. Überregional fahren wir, wenn immer möglich, mit der Bahn. Wir verzichten auch auf Flüge bei weitem Strecken und nehmen Bahnfahrten bis 9 Stunden der Umwelt zuliebe in Kauf.

Wir haben zu viert zwei Autos, die wir mit unseren erwachsenen Kindern teilen. Ein Auto steht als Firmenwagen für uns zwei zur Verfügung. Einer von uns geht

meistens zu Fuß ins Büro. Zu Transportzwecken nutzen wir ein Auto. Wir bilden Fahrgemeinschaften mit KollegInnen für gemeinsamen Anreise zu Workshops. Bei nicht vermeidbaren PKW-Fahrten fahren wir bewusst spritsparend mit geringerer Geschwindigkeit als erlaubt und bremsen so wenig wie möglich, um Energievernichtung zu vermeiden.

Abbildung: Energieverbrauch in Zeitablauf



Verifizierungsindikatoren:

Beschreibung	2019	2020
Gesamter Energieverbrauch	11.993,4 MJ	13.470,4 MJ
Verbrauch elektrischer Strom	4.820,4 MJ	4.640,4 MJ
Verbrauch Wärme	7.173 MJ	8.830 MJ
Verbrauch Wärme je Grad	341,57 MJ/°C	420,48 MJ/°C
Verbrauch Gas	7.173 MJ	8.830 MJ
Wasserverbrauch gesamt	0 m ³	0 m ³
Verbrauch Leitungswasser	0 m ³	0 m ³
Verbrauch Regenwasser	0 m ³	0 m ³
Chemikalienverbrauch gesamt	0 kg	0 kg
Chemikalienverbrauch giftig	0 kg	0 kg
Chemikalienverbrauch ungiftig	0 kg	0 kg
Papier gesamt	11 kg	10 kg
Sonstige Materialien	269,23 kg	267,83 kg
Paketdienst und Gütertransporte	0 tkm	0 tkm
PKW Treibstoffverbrauch Benzin	0 L	0 L

CO2 Emissionen

Die Treibhausgasemissionen konnten für unser Zwei-Personen-Unternehmen 2019 auf 2020 reduziert werden. Untenstehende Tabelle zeigt die Klimabilanz Scope 1, 2 und 3.

Beschreibung	↑↓ mehrWerte 2019	↑↓ mehrWerte 2020
Scope 1 - Direkte Treibhausgasemissionen	0,884 t CO2e	0,689 t CO2e
Scope 2 - Indirekte Treibhausgasemissionen aus Strom und Wärme	0,042 t CO2e	0,041 t CO2e
Scope 3 - Andere indirekte Treibhausgasemissionen	2,572 t CO2e	2,284 t CO2e
Scope 1+2+3	3,498 t CO2e	3,014 t CO2e

Quelle: Berechnung mit dem Impact Compass

Kein Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Da es keinen physischen Herstellungsprozess gibt, können wir auch nicht gegen Umweltauflagen verstoßen.

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Auditeinstufung: 6

Transparte Informationen

Der Gemeinwohlbericht 2015 brachte Transparenz in unsere geschäftliche Tätigkeit.

Gesellschaftliche Mitbestimmung

Gesellschaftliche Mitbestimmung ist für unser kleines Beratungsunternehmen nicht sehr relevant. Seitens der Nachbarn gibt es keine Beschwerden. Wir verursachen weder Rauch- noch Lärmbelästigung, daher werden die Nachbarn nicht einbezogen. Sonstige relevante gesellschaftliche Berührungsgruppen gibt es nicht.

Kein Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Wir bestätigen, dass keine falschen Informationen über das Unternehmen selbst oder über gesellschaftliche Phänomene bzw. Fakten verbreitet werden.

Verifizierungsindikatoren:

Transparenz des Gemeinwohl-/ Nachhaltigkeitsberichts	70 %
Anteil der Entscheidungen unter Einbeziehung der Berührungsgruppen	0 %

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:
Wir haben zum 4. Mal eine Gemeinwohlbilanz erstellt.

Begründung der Bewertung:

Wir haben im Berichtszeitraum ein ausführlichen Gemeinwohlbericht veröffentlicht.

Ausblick

Kurzfristige Ziele

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

Zahlen beziehen sich auf Seiten:

- A2 LieferantInnen die Erstellung der Gemeinwohlbilanz ans Herz legen 16
- A3 Emissionen für Mobilität kompensieren. 18
- A4 Von Bürovermieter einen Nachhaltigkeitsbericht verlangen. 20
- B1 Als Geschäftskonto ein Gemeinwohlkonto eröffnen. 21
- B2 Die Strategie beibehalten und laufend in die Zukunft investieren. 23
- C1 Mehr Bewegung während der Arbeitszeit einplanen. 28
- C3 Noch öfter zu Fuß ins Büro gehen. 32
- D1 Häufigere Beziehungspflege zu KundInnen. UnternehmerInnen Café aufleben lassen. 36
- D3 CO2 Emissionen kompensieren 40
- D4 Preisbestandteile veröffentlichen 42

Langfristige Ziele

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

Zahlen beziehen sich auf Seiten:

E1 Erreichung eines größeren Adressatenkreises durch Kooperation mit NGOs. 46

E2 Konkrete Definition von Zielen und Messung der Wirkungen in einzelnen Bereichen. 48

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

Wir verwenden den GWÖ-Berichtsstandard für die Erfüllung der non-financial-reporting-Vorgaben, weil der GWÖ-Berichtsstandard universell, messbar, vergleichbar, allgemeinverständlich, öffentlich und extern auditert ist.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

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

Angela Drosch-Plöckinger hat den vorliegenden Gemeinwohlbericht mit dem Impact Compass erstellt und die Daten erhoben. Ernst Plöckinger hat Feedback gegeben.

Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet? Insgesamt wurden 40 Stunden für die Erstellung des Berichtes aufgewendet.

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?
Intern wurde der Bericht für Feedbacks weitergeleitet.

Datum: 18. 11. 2021