

## GWÖ- UND NACHHALTIGKEITSBERICHT

### ALLGEMEINE INFOS

Firmenname:	Fegerl Consulting Studio Salzburg
Rechtsform:	Einzelunternehmen
Branche:	Unternehmensberatung
Mitarbeiter:	2
UID-Nummer	ATU 5072 6905
Umsatz:	ca. 140.000 €
Gewinn:	ca. 50.000 €
Standort:	5020 Salzburg, Ainringweg 11 A
Homepage:	<a href="http://www.fegerl.info">www.fegerl.info</a>
Berichtszeitraum:	1.1.2015 – 31.12.2015

### TÄTIGKEITSBEREICH

Fegerl Consulting Studio Salzburg ist ein Einzelunternehmen zur Unternehmensberatung, spezialisiert auf Nachhaltigkeit der Produktions-, Service-Prozesse und Produkte, sowie der Wissenskommunikation in Organisationen:

**Umweltschutz rechnet sich.** Aus Erfahrung amortisieren sich zwei Drittel der ökologischen Einsparmaßnahmen innerhalb von 3 Jahren. Die Optimierung von technischen Abläufen in Unternehmen konzentriert sich auf die Analyse, Diagnose und Konzeption von Verfahren zur öko-effizienten Produktion und Fertigung von Produkten. Die Prozesse werden auf ihre Effizienz hinsichtlich Ressourcenverbrauch (Materialien, Vorprodukte, Wasser, Luft, Energie) analysiert – die Stoffstrom- und Energiebilanzen machen Schwachstellen sichtbar und zeigen innovative nachhaltige Verbesserungsschritte auf. Der Ansatz der Eco-Innovation spielt hier in der zweiten Analysephase eine bedeutende Rolle, wenn es um die Auswirkungen des Produktes über den gesamten Lebenszyklus geht, durch die Bereitstellung von Ressourcen, die Produktion, die Nutzung bis hin zur Verwertung des Produktes nach seiner Lebenszeit. Wesentliches Augenmerk bei diesen Analysen ist stets der Einhaltung von gesellschaftlichen Ansprüchen gewidmet, die im Zuge der „legal compliance audits“ auf die Aspekte des Umweltschutzes, Betriebsanlagenrechtes und Arbeitnehmerschutzes geprüft wird. Unter Einbindung der unternehmensinternen Experten, d.h. Mitarbeiter, wird dabei die Organisation gestärkt und zu höherer Resilienz entwickelt.

Das Zusammentreffen der verschiedenen Denkweisen in Unternehmen, im Besonderen bei verteilten Standorten, macht es notwendig, die Wissenskommunikation genauer zu betrachten und die Unternehmenskultur zu justieren. „Begreifen“ hat heute eine andere Dimension bekommen, sind doch die zu begreifenden Konzepte meist abstrakt - nicht mehr sichtbar, virtualisiert in digitalen Systemen, sogar in den typischen Handwerksberufen. Dem gilt es, Rechnung zu tragen. In Forschungs- und Entwicklungsarbeiten konnte ich gemeinsam mit dem Sprachwissenschaftler Univ.-Prof. Dr. Wilfried Wieden und einer Salzburger IT-Firma Methoden und Werkzeuge entwickeln, um die Problemlösungskompetenz der Mitarbeiter von Unternehmen zu stärken und um das individuelle Wissen der Experten, diese intuitiven Lösungsmuster, als organisationales Wissen dem Unternehmen zu Verfügung zu stellen, und so eine gezielte Entwicklung notwendiger Kompetenzen zu erleichtern.

Zur Zeit ist meine Unternehmenstätigkeit wie folgt in diese beiden großen Themenbereiche gegliedert:

Dienstleistungen	Anteil am Umsatz
Entwicklung mehrsprachiger Wissenskommunikation – kulturelle Voraussetzungen, systemische Integration in die Zusammenbeitskultur der Organisation, Unterstützung und Begleitung von Änderungsprozessen, Analyse, Auswahl und Begleitung bei der Einführung unterstützender technischer Werkzeuge, Betreuung von wissensbasierten Organisationen	70 %
Gestaltung, Aufbau, Implementierung von Nachhaltigkeitssystemen, für Umweltmanagement (ISO 14001, EMAS, Energie ISO 50000, etc.), Training und wiederkehrende Überprüfung von Systemen für Effiziente Nutzung von Ressourcen (Material, Wasser, Energie,, Abfallmanagement) Analyse chemischer Risiken (Umwelt, Arbeitssicherheit), Umweltrechtskonformitätsanalysen und Aufbau von Kontrollsystemen; mit Ökologischer Prozess- und Produkt-Innovation, Lebenszyklusanalysen, etc.	30 %

Mein größter persönlicher Erfolg ist der Auftrag in der UNIDO (United Nations Industrial Development Organization), die Wissenskommunikation in einem globalen Expertennetzwerk für Ressourceneffizienz und saubere Produktion ([www.recpnet.org](http://www.recpnet.org)) zu entwickeln und zu betreuen.

## DAS UNTERNEHMEN UND GEMEINWOHL

Unternehmen sind eine gesellschaftliche Form der Zusammenarbeit. Meine Beratungs- und Betreuungsarbeiten zielen darauf ab, die Zusammenarbeit und die Motivation der Mitarbeiter zu stärken, um so den Unternehmen zu mehr Resilienz und Wettbewerbsfähigkeit zu

verhelfen. Ergebnisse meiner Dienstleistungen sollen den Weg zu ökologischer und sozialer Verantwortlichkeit bei guter ökonomischer Leistungsfähigkeit fördern. Das ist auf Grund der mittlerweile höchst komplexen Zusammenhänge nachhaltig am ehesten durch eine Änderung der Organisationen hin zu partizipativer Führungskultur zu bewerkstelligen, in der Manager wieder statt als Verwalter als Führungskräfte aktiv sind.

In den letzten Jahren konnte ich drei weitere KMU's in Salzburg auf dem Weg zu Umweltmanagement gem. ISO 14001 und EMAS begleiten, und auch etliche weitere Unternehmer in Diskussionen über Nachhaltigkeit und Ökologie, sowie über die soziale Verantwortung in der Region bestärken.

Ständiger Bestandteil meiner Arbeit ist es, mich mit den Trends der Nachhaltigkeit, deren Umsetzung, Erfolge und Mißerfolge auseinanderzusetzen, und dies auch in Diskussion mit Entscheidungsträgern.

- Daher bin ich Mitglied im *Ressourcenforum Austria*, der österreichischen Initiative zur gleichnamigen europäischen Rahmenrichtlinie, das sich zum Ziel gesetzt hat, ressourcenleichtes Leben als erstrebenswertes Gestaltungsprinzip der Öffentlichkeit verständlich zu machen.
- Im Rotary Club Salzburg-Land bin ich für Jugendarbeit zuständig, sowie im österreichischen Ausschuss des *Rotary Forum für Bevölkerung und Entwicklung* RFPD
- Im *Umweltservice Salzburg* beteilige ich mich an den Diskussionen um die Ausrichtung von Service- und Förderleistungen mit dem Ziel der breiten Umsetzung nachhaltiger Wirtschaftsprinzipien in den KMU's.
- Ich halte mich am Laufenden bei nationalen wie internationalen Tagungen und Konferenzen zu den Themen der Nachhaltigkeit, Corporate Social Responsibility, etc.
- Der letzte Erfolg ist für mich die Beauftragung bei der United Nations Industrial Development Organisation UNIDO, als Zuständiger für ein globales Netzwerk zur Verbreitung von Methoden, Beispielen, Technologien, Trainings und Experten für Ressourceneffizienz und saubere Produktion **RECPnet**, eine Beschäftigung, der ich mit viel Herzblut und Energie nachgehe. Diese Aufgabe ermöglicht mir nun einen Blick über den Tellerrand Österreichs auf die europäischen und globalen Nachhaltigkeitstrends, und diese Erkenntnisse trage ich meinen österreichischen Kunden zu.

Da sich Nachhaltigkeit nicht auf Ökologie, Produkte und Produktion reduzieren lässt, sondern ein kritisches Hinterfragen der gängigen Wirtschaftspraxis einschließt, bemühe ich mich, auf pragmatische Weise die Ideen der GWÖ mit denen der Realwirtschaft in Beziehung zu setzen, alte Gewohnheiten aufzubrechen und Wege der Einflechtung bzw. Umsetzung zu finden, etwa durch die Integration in Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagementsysteme, wie EMAS, ISO 14001. In diesem Zusammenhang ist mein Engagement im Energiefeld Salzburg der GWÖ zu sehen.



**TESTAT : PEER EVALUIERUNG**

**GEMEINWOHL-  
BILANZ** 2015

für Fegerl Consulting Studio Salzburg  
Begleitet von Sabine Lehner

WERT BERÜHRUNGSGRUPPE	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Demokratische Mitbestim- mung & Transparenz
A) LieferantInnen	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement				70 %
B) GeldgeberInnen	B1: Ethisches Finanzmanagement				30 %
C) MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung 60 %	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit 60 %	C3: Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen 90 %	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens 70 %	C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz 80 %
D) KundInnen / Produkte / Dienstleistungen / Mitunternehmern	D1: Ethische Kundenbeziehung 90 %	D2: Solidarität mit Mitunternehmern 80 %	D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen 90 %	D4: Soziale Gestaltung der Produk- te und Dienstleistungen 60 %	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards 80 %
E) Gesellschaftliches Umfeld: Region, Souve- rän, zukünftige Genera- tionen, Zivilgesellschaft, Mitsmenschen und Natur	E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / DL 100 %	E2: Beitrag zum Gemeinwesen 40 %	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen 90 %	E4: Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung 100 %	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung 00 %
<b>Negativ-Kriterien</b>	Verletzung der ILO- Arbeitsnormen/ Menschenrechte Menschenunwürdige Produkte, z.B. Tretminen, Atomstrom, GMO Beschaffung bei / Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen	Feindliche Übernahme Sperrpatente Dumpingpreise	Illegitime Umweltbelastungen Verstöße gegen Umweltauflagen Geplante Obsoleszenz (kurze Lebensdauer der Produkte)	Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens Arbeitsplatzabbau oder Standort-verlagerung bei Gewinn Umgehung der Steuerpflicht Unangemessene Verzinsung für nicht mitarbeitenden Gesellschafter	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Töchter Verhinderung eines Betriebsrats Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbies / Eintragung in das EU-Lobbyregister Exzessive Einkommens- spreizung

Mit diesem Testat wird die Peer-Evaluierung des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Matrix 4.1.  
Nähere Informationen zur Matrix, den Indikatoren und dem Audit-System finden Sie auf [www.gemeinwohl-oekonomie.org](http://www.gemeinwohl-oekonomie.org)

Testat gültig bis 31.03.2019

**BILANZSUMME**

**750**

## GENAUE BESCHREIBUNG DER EINZELNEN KRITERIEN

### A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSMANAGEMENT

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

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

<b>Ausgabenposten + % der Ausgaben</b>	<b>Erläuterung und (soziale, ökologische, regionale) Bewertung</b>
Büro und Miete (10,7%)	Büro ist im eigenen Haus untergebracht, Miete dient dem Erhalt der Substanz
Löhne und Gehälter (22,5%)	Ehefrau des Unternehmers ist Teilzeitbeschäftigt
Instandhaltung und Reparaturen (2,3 %)	Kfz- und Fahrrad-Services
Versicherungen (1,7 %)	Berufshaftpflicht, und Büro-Versicherungen
Telefon, Internet (4,1 %)	Internet – Anbieter: Auswahl ist auf Grund von Leistungsfaktoren beschränkt, keine ökologischen Kriterien als Unterscheidungsmerkmal; österreichischer Anbieter; Internet-Telefonie
Energie/ Strom (ca. 1 %)	100% Ökostrom von Salzburg AG (nicht zertifiziert); laufende Aufzeichnung der Verbrauchswerte, Vergleich mit Durchschnittswerten, Ableiten von Maßnahmen zum sorgsamem Umgang mit Energie und Wasser
Computer/ Technik (0,5 %)	Notebook, Flatscreen, Drucker und Scanner – langlebige Produkte mit hoher Energieeffizienz; Abschalten statt standby, Gemeinschaftsdrucker – energieeffizienter Laserdrucker
Büropapier, - material (< 0,5 %)	Druckerpapier mit FSC-Label, Umweltzeichen; kaum Verbrauchsmaterial; Einkauf bei lokalem Unternehmen mit Umweltprodukten
Kfz-Kosten (14,0 %)	Laufende Kosten für Diesel (im Schnitt 5,6 l/100 km)
Berufsbeiträge, Gebühren (21,4 %)	Pflichtversicherung und Beiträge zu Fachgruppen
Werbeaufwendungen (2,4 %)	v.a Spesen und Bewirtung
Sonstige Verwaltungskosten (13,7 %)	Bürodienstleister (Steuerberatung, IT, Versicherung, ..) sind regionale Anbieter, per Fahrrad erreichbar.
Zinsen und sonstige Spesen (6,3 %)	Kosten für Kontokorrentkredit auf Grund negativen Eigenkapitals
Abschreibungen (1,1 %)	
Dienstleistungen (5,6 %)	Subauftragnehmer sind aus der Branche und selbst umweltbewußte Experten bzw. Kleinstunternehmer

Die Verbrauchsmaterialien machen nur einen geringen Teil der Ausgaben aus. Bei allen Beschaffungsprozessen ist mir ein persönlicher Kontakt mit den Geschäftspartnern wichtig, es werden regionale Anbieter bevorzugt, bei gleicher

Qualität der Produkte und Serviceleistungen. Zu Internetkauf kommt es nur in Ausnahmefällen, manchmal aus hoher Dringlichkeit, wegen Unzugänglichkeit alternativer regionaler Anbieter (Zeitdruck, Erreichbarkeit) oder in Ermangelung alternativer regionaler Einkaufsmöglichkeiten.

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

Die Beschäftigung mit Nachhaltigkeitskriterien von Produkten und Dienstleistungen ist wesentlicher Bestandteil meiner Dienstleistungsprodukte. Es ist ein Grundsatz zur Erhaltung hochqualitativer Beratungsangebote, sich laufend mit den ökologischen und Gesundheitsrisiken von Produkten, Dienstleistungen in Produktion und Gebrauch zu beschäftigen.

Da ich als Berater Workshops zu Ökologischer Beschaffung leite, Kriterien und systematische Vorgehensweisen für die Auswahl ökologischer Kriterien erarbeite, und mich mit der Bewertung von Öko-Labels von Anbietern beschäftige, wende ich dieselben Kriterien für meine eigene Beschaffung an.

Mein Netzwerk für den Zukauf von Dienstleistungen ist ein Spezialistennetzwerk, in dem ich jeden Spezialisten persönlich kenne und nach Qualitätskriterien auswähle. Auch diese Dienstleister sind spezialisierte Anbieter von Beratungen im Bereich der Nachhaltigkeit von Produkten, Prozessen, Produktion und Dienstleistungen, z.B. Energieeffizienz, Ecolnnovation, Mobilität, Logistik, Technologie, blended learning, etc. ...

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

Die Rahmenbedingung für meine Preisbindung ist die Sicherung eines ausreichenden Einkommens für den Erhalt meiner Familie, verbunden mit dem Aufbau eines Kapitalpuffers, um Auftragsschwankungen auffangen zu können und noch Mittel für die Unterstützung sozialer Projekte zu Verfügung zu haben.

Bei Aufträgen, die über Vermittlung des Umweltservice Salzburg angeboten werden, gibt es reduzierte Honorarsätze. Alle Leistungen sind nachvollziehbar beschrieben und die angewendeten Honorarsätze transparent, die Leistungen werden ordnungsgemäß nachgewiesen.

## B1 ETHISCHES FINANZMANAGEMENT

### B1.1 Institutionalisierung (Relevanz: mittel)

Mir ist ethisches Investment wichtig, dennoch ist es für mein Unternehmen noch von geringer Bedeutung.

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

#### Auflistung der Finanzdienstleister

In % vom Umsatz	Abwicklung über folgenden Finanzdienstleister
Oberbank (100%)	Firmenkredit und Kontokorrent-Rahmen
Vorsorgekasse Mitarbeiter	Gesetzlich geforderte Vorsorgekasse

Ich arbeite seit langem mit einer Regionalbank zusammen, die sich als sehr zuverlässiger und kulanter Partner versteht. Diese Regionalbank ist nicht auf ausschließlich ethisch nachhaltige Investments spezialisiert, jedoch in ihrer Strategie und Politik eindeutig auf ihren regionalen Wirkungskreis fokussiert. Die Vorsorgekasse ist die gesetzlich vorgeschlagene.

Meine finanzielle Situation ist angespannt, das negative Eigenkapital erlaubt wenig Bewegungsfreiheit, sodaß ich mich nur wenig mit Alternativen bzw. Investments beschäftigt habe.

### B1.3 Gemeinwohlorientierte Veranlagung (Relevanz: hoch)

Es stehen mir keine Mittel für eine Veranlagung zu Verfügung.

### B1.4 Gemeinwohlorientierte Finanzierung (Relevanz: niedrig)

Auf Grund der finanziellen Lage kommt es bislang zu reaktiven Maßnahmen, Vorsorge auf der Grudnlage von Gewinnen betreiben zu können, ist mein vorrangiges Unternehmensziel. Der Kontokorrentkredit konnte in einen langfristigen Abstatterkredit umgewandelt werden, was mir eine größere Handlungsfreiheit sichert. Weitere Alternativen sind nicht aktiv analysiert und bewertet worden.



Auflistung Eigen- und Fremdkapital-Anteil

Eigenkapital	Negativ
Fremdkapital	100 %-Anteil Gesamtkapital

Auflistung Aufteilung der Finanzierungsformen/ Fremdkapitals

In % der Finanzierung	Abwicklung über folgenden Finanzdienstleister
Kontokorrentkredit	Oberbank



## C1 ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GLEICHSTELLUNG

### Allgemeines

#### Allgemeine Kennzahlen

- ∅ Aufschlüsselung aller Beschäftigten nach Beschäftigtengruppe, Beschäftigungsverhältnis (Art des Arbeitsvertrages) und nach Geschlecht:
  - 1 Unternehmer, 1 Teilzeit-Angestellte (Unternehmergehätin)
  - Genderquote: 50%
- ∅ Fehlzeiten nach Beschäftigtengruppen und – wenn anwendbar – Standort, im Branchenvergleich – werden bedingt durch flexible Arbeitszeiten nicht erfasst und dokumentiert.

### C1.1 Mitarbeiter Orientierte Organisationskultur und -strukturen<sup>1</sup>(Relevanz: mittel)

Als Einzelunternehmer nutze ich die Möglichkeiten der freien Arbeitszeiteinteilung. Dieselbe Freiheit hat jeder meiner Angestellten, Sub-Auftragnehmer und/oder Kooperationspartner im Netzwerk. Aufträge werden ergebnisorientiert vergeben, in der Art und Weise der Leistungserbringung nutzen wir die Möglichkeiten der Internet-Technologie, um den Projektpartnern weitgehend eigenen Gestaltungsraum unter Beibehaltung höchster Qualitätsansprüche zu erlauben.

Es werden keine Kennzahlen für Weiterbildung, Teilnahme an Seminaren, Tagungen etc. geführt. Aktive Weiterbildung ist jedoch immanenter Bestandteil des Unternehmeralltags in meinem Segment, in dem ich mich stets mit neuesten Trends auseinandersetze und sie in Dienstleistungsprodukte einarbeite oder neu entwickle.

Klarheit über Aufgaben und Verantwortlichkeiten (und ihre Grenzen), sind stetiger Bestandteil bei Kundenkontakten und Zusammenarbeitsvereinbarungen. Nach dem Motto „Berufsprinzip Mensch sein“ sind Wertschätzung und konstruktiver Umgang mit Problemen die wesentlichen Eckpfeiler der Führungs- und Kommunikationskultur in meinem Netzwerk und bei der Abwicklung von Projekten bei Kunden.

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

---

<sup>1</sup> Konkret in den Dimensionen: Klarheit über Aufgaben und Verantwortlichkeiten (und ihre Grenzen), Wertschätzungskultur, Führungskultur, konstruktiver Umgang mit Problemen, Kommunikationskultur inkl. MA-Befragungen und Aus- und Weiterbildung.

Es gibt kein Schema für Entgelt, jedoch ist Fairness der einzige Garant für ein hochqualitatives Netzwerk in meinem Sinne. Die projektbezogenen Aufträge mit Partnern im Netzwerk werden von den Partnern inhaltlich eigenständig abgeschätzt und erbracht. In der Zusammenarbeit gibt es offengelegte Honorarsätze und Abrechnungsmodi, alle an einem Projekt beteiligten Partner sind über alle Abrechnungen mit Kunden vollinhaltlich informiert. Bei Abweichungen werden partizipativ Lösungen besprochen und gleichrangig vereinbart.

Qualifizierung ist in dieser Branche Grundvoraussetzung für eine Zusammenarbeit und Beauftragung durch Kunden. Inhaltlich ist es die Aufgabe jedes Unternehmers für sich, diese Qualifizierung nachweisen zu können.

Für die Abfederung ertragsschwacher Zeiten ist beabsichtigt, einen Vermögenspuffer des Unternehmens aufzubauen, was bislang nicht gelungen ist. Aus demselben Grund sind auch freiwillige Sozialleistungen kein Thema.

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

Im Einzelunternehmen entscheidet jeder Mitarbeiter selbst über Arbeits- und Erholungszeiten, wir gehen kreativ um mit dieser Freiheit, nutzen die freien Zeiten für Erholung und eigene Interessen. Der Büro-Arbeitsplatz im eigenen Haus ist ergonomisch und erlaubt ein entspanntes Arbeiten auch in stressigen Phasen der Arbeitsabwicklung.

Die systematische Planung ist für mich, wie bei einigen anderen Punkten, als Einzelunternehmer wenig nutzenbringend und weicht dem pragmatischen Vorgehen; Kennzahlen gibt es nur für die wichtigsten Finanzdaten und Stundensatz bzw. Deckungsbeitragsrechnung.

### **C1.4 Gleichstellung und Diversität (Relevanz: mittel)**

In der Beauftragung von Netzwerkpartnern ist eine definierte Quote zur Frauengleichstellung nicht anwendbar, da es sich bei meinen Leistungen um Nischenprodukte handelt, in denen es schwierig ist, die Qualität zu finden. In der Praxis der Auftragsverteilung ist die Gleichstellung von Frau und Mann ein gelebtes Grundprinzip im gesamten Netzwerk. Dasselbe gilt sinngemäß für Menschen mit Beeinträchtigung.

## C2 GERECHTE VERTEILUNG DER ERWERBSARBEIT

Die Erfassung der Arbeitszeit erfolgt durch manuelle Aufzeichnung. Standardisierte Arbeits- und Ruhezeiten wie bei Anstellungen sind nicht realisiert. Diese flexible Handhabung erlaubt viele Freiheiten, unter der Woche zu Sport und Erholung zu kommen. Grundsätzlich ist ein bis zwei Tage pro Woche arbeitsfrei.

### C2.1 Senkung der Normalarbeitszeit (Relevanz hoch)

Als Unternehmer sehe ich meine Arbeit als Beruf und nicht als Job. Die Senkung der Normalarbeitszeit ist in meinem Unternehmen kein Diskussionsthema, da die flexible Tagesarbeitszeiteinteilung als wichtiger erachtet wird.

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

Dieser Aspekt ist aus den bereits beschriebenen Gründen für mein Einzelunternehmen nicht sinnvoll anwendbar, die ausgewogene Arbeits- und Freizeitgestaltung integriert diese Aspekte bereits. Arbeitszeit ist auf die notwendige Zeit zur Erbringung der erforderlichen Qualität der Ergebnisse bezogen und wird nicht als bezahlte Anwesenheitszeit gesehen.

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

Ich nutze Möglichkeiten der Aus- und Weiterbildung, das wechselnde berufliche Umfeld erfordert eine ständige Fortbildung in sachlichen Themen, die Aufgabe der Organisationsentwicklung (Teamkultur, Kommunikationskultur) erfordert eine Beschäftigung mit der eigenen Persönlichkeit und Kreativität.

## C3 FORDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITERINNEN

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

Als Einzelunternehmer und Industriedienstleister bin ich unter der Woche vorwiegend unterwegs und wenig im Büro. Meine Ernährung orientiert sich an Angeboten leichter oder vegetarischer Küche an den Zielorten. Ich ernähre mich bewußt, bevorzuge Lokale mit biologischer Küche bzw. slow food, zunehmend vegetarisch oder vegan. Dabei beachte ich in der Auswahl der Speisen die regional üblichen Erntezyklen für Obst und Gemüse. Ich vermeide es, in Eile etwas zu mir nehmen, und versuche einmal täglich in Ruhe eine Mahlzeit zu genießen.

### C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz (Relevanz: hoch)

Das Büro befindet sich im eigenen Haus. Nahezu alle meine Transportbewegungen im Umkreis von bis zu 20 km um meinen Bürostandort erledige ich zu Fuß oder per Rad, bei schlechten Wetter per Bus und in Ausnahmefällen per Auto. Dasselbe gilt für die Arbeits-Wege in Wien.

Die Betreuung meiner Kunden erfolgt an den jeweiligen Standorten in Österreich, mittlerweile auch außerhalb Österreichs (UNIDO).

Die Anreise zu den internationalen Konferenzen im globalen UNIDO-Netzwerk erfolgen mit Flugzeug. Vor allem aus logistischen aber auch Kostengründen sind weder Bahn/Bus noch Carsharing Alternativen für die Mobilität zur Leistungserbringung innerhalb Österreichs.

#### Kennzahlen/ wichtige Daten

	Gesamt KM für das Unternehmen	Durchschnittlich pro MA
Auto/ PKW einzeln	35.000 km	
Car-Sharing	Keine Alternative	
ÖPNV	Ca. 10.000 km	
Fahrrad/ Fuß	Ca. 8 km zu Fuß / Tag, ca. 100 km / Woche per Rad	

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

Da die ökologischen Aspekte zu den Kernthemen meiner Dienstleistungen gehören, beschäftige ich mich laufend damit, auch in Hinblick auf die Anwendbarkeit im eigenen Umfeld. Der Überblick über entsprechende Weiterbildungsangebote und Besuch wichtiger Kurse ist für meine Marktpositionierung und meine Dienstleistungen von Bedeutung. Zum Teil halte ich selber Weiterbildungskurse in Bildungsangeboten.

Wichtiger Aspekt in meinem Umfeld ist es, über didaktische partizipative Ansätze (systemisch Konsensieren, agiles Projektmanagement, ...) informiert zu sein und in

Hinblick auf die Bewußtseinsbildung und Sensibilisierung der Kunden entsprechend zeitgemäße Methoden anbieten zu können.

## D1 ETHISCHES VERKAUFEN

Mir sind langfristige Partnerschaften mit Lieferanten und mit Kunden von besonderer Bedeutung. Die Inhalte der Dienstleistungen verlangen ein hohes Maß an Vertrauen und Kompetenz, und auch an ebenbürtiger Zusammenarbeit mit unternehmensinternen Experten, egal welcher Hierarchiestufe.

Daher wähle ich meine Geschäftsbeziehungen nach Kriterien der Achtsamkeit, Wertschätzung und ihrer Kultur des Miteinander, nach dem oben erwähnten „Berufsprinzip Menschsein“, um das für eine gute Arbeit notwendige Vertrauensverhältnis effektiv und effizient zu erreichen. Bei Gesprächen bemühe ich mich stets, die Regeln der gewaltfreien Kommunikation zu beachten und partizipative Entscheidungsfindung zu fördern.

Die Sinnhaftigkeit meiner Dienstleistungen hinterfrage ich bei jedem Angebot erneut in Hinblick auf den Kundennutzen und die gesellschaftlichen Auswirkungen. Manche Unternehmen kommen daher für mich auf Grund ihrer Unternehmenskultur und/oder Produkte nicht als Kunden in Frage.

In der Angebotslegung erkläre ich möglichst einfach verständlich die Inhalte meiner Arbeit und versuche alle anfallenden Aufwände und Kosten aufzuzeigen und klarzulegen. In der Umsetzung ist mir die langfristige Nutzung von Beratungsergebnissen wichtiger als der schnelle Erfolg – ich biete stets die Begleitung bei einer nachhaltigen Implementierung an und überlasse den Kunden meine Werkzeuge für deren eigene Anwendung. In der Preisgestaltung richte ich mich nach dem notwendigen Ausmaß meiner Arbeitsleistung und den für mich notwendigen Mindesterträgen. In kritischen Fällen behalte ich mir individuelle Vereinbarungen vor, die dem Kunden entgegenkommen, in derselben Art verhalte ich mich bei Verhandlungen mit Netzwerkpartnern in gemeinsamen Projekten.

Marketing und Werbung reduziert sich bei mir auf persönliche Gespräche und direkte Kontakte. Die Internetseite dient eher als elektronische Visitenkarte.

Den Erhalt der Kundenbeziehung unterstütze ich mittels Mails und Telefonaten zu weiterführende Informationen, die für Kunden in seinen Nachhaltigkeitsthemen von Bedeutung sind.

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

In der Angebotslegung erkläre ich möglichst einfach verständlich die Vorgehensweise und die Werkzeuge meiner Arbeit und versuche alle anfallenden Aufwände und Kosten aufzuzeigen und klarzulegen. Die Abschätzung der Aufwände auf Stundenbasis ermöglicht eine weitgehende Transparenz und Vergleichbarkeit für den Kunden. Mein Transparenzprinzip endet bei der internen Kalkulation der Deckungsbeiträge und Gewinnaufschläge, da die Stundensätze in der Branche relativ einheitlich sind. Dadurch ist es manchmal schwierig, den Kunden klar zu machen, dass die verrechneten Kosten auch die Rücklagenbildung, Weiterentwicklung, sowie Erhalt und Beschaffung der erforderlichen Infrastruktur beinhalten müssen, um auch in Zukunft hohe Qualität und Zuverlässigkeit anbieten zu können.

Unethische Kunden erkenne ich an den Angebotsverhandlungen, wenn Dumpingpreise gefordert werden, Pönalvereinbarungen für Aspekte, die mehrheitlich in der Verantwortung der Kunden selbst liegen oder nachträglich als Claim (Teil von unscharf definierten Leistungen) eingefordert werden, obwohl sie im Angebot ausgeschlossen waren. Es gehört zu den Erfahrungen als Unternehmer, Verhandlungen mit Kunden dieser Art zumindest einmal zu führen, um daraus die entsprechenden Konsequenzen zu ziehen. Ähnlich verhält es sich mit Vertragspartnern im Netzwerk. Eine wiederholte Störung des Vertrauensverhältnisses auf Grund kontroverser Grundeinstellung als Dienstleister gegenüber Kunden, qualitativ unzumutbarer Leistungserbringung und/oder überhöhter Preise hat eine Beendigung der Zusammenarbeit zur Folge.

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

Ich handle nicht mit Produkten. Die Dienstleistungen stellen Rahmenkonzepte dar, die kaum standardisiert sind, sondern mit dem jeweiligen Kunden individuell angepasst werden. Meine Kunden bestimmen in den Vorgesprächen zur Angebotslegung die angebotenen Dienstleistungen entscheidend mit – sie definieren die Auftragsziele. Meine Rolle ist die des fachlichen Experten, der die erforderlichen Rahmenbedingungen vorhält, inhaltlich entscheidet im Wesentlichen der Kunde. Es gibt finanzielle, fachliche und ethische Grenzen für die Mitgestaltung, wobei sowohl der Kunde als auch ich als Anbieter die Freiheit des jederzeitigen Ausstiegs aus den Verhandlungen haben.

Bestellte Aufträge basieren auf den Angeboten, es steht jedoch jederzeit die Möglichkeit offen, die Auftragsgestaltung abzuändern, je nach den Bedürfnissen des Kunden oder bei in der Projektführung neu aufkommenden Anforderungen.

## D1.4 Service-Management (Relevanz: mittel)

Jedes Kundenprojekt wird intern analysiert auf Verbesserungspotenziale, standardisierbare Elemente, notwendige Aufwände und verständlichere Darstellung. Daraus ergeben sich intern verwendete Muster und Vorlagen für Folgeaufträge, ebenso wie Bedarfe für Netzwerkpartner oder Weiterbildungsmaßnahmen.

Die pragmatische Handhabung von auftragsbezogener Leistungserbringung für Kunden, verbunden mit unbezahlter weiterführender Betreuung und Information in den für Kunden relevanten Themenbereichen der Nachhaltigkeit führen zu langfristiger vertrauensvoller Zusammenarbeit, die sich für beide Seiten lohnt.

## D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

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

Das Netzwerkprinzip in meinem Umfeld baut auf enger Kooperation und gemeinsamen Erfahrungslernen auf. Die Netzwerkpartner bevorzugen den offenen Umgang miteinander vor einem klassischen Konkurrenzdenken. Dadurch wird eine gemeinsame Wissensentwicklung erst möglich, und die Voraussetzungen für effektive und effiziente Zusammenarbeit in größeren, komplexen Projektaufträgen geschaffen. Jeder ist in seinem Gebiet Experte, Miteinander können wir einzigartige Leistungen anbieten. Jeder hat in seiner Art in unserer Geschäftswelt andere Partner, und wir nehmen uns gegenseitig keine Geschäfte weg. Das ist das Grundprinzip für die werthaltige Zusammenarbeit in unserer „**Knowledge Company**“, dem Netzwerk für besondere Dienstleistungen.

Indem wir unsere Expertise anderen, auch unter Umständen dem Wettbewerb, erklären und mit ihnen diskutieren, bleiben wir einen wesentlichen Schritt voraus. Diese Offenheit ermöglicht uns, zu innovativen Lösungen zu kommen, die sonst verschlossen blieben.

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



Im Sinne des obigen Aspektes ist es in unserem Netzwerk üblich, bei Kapazitätsengpässen und aus qualitativen Gründen auf Arbeitskräfte von Netzwerkpartnern zuzugreifen und einander zu Verfügung zu stehen. Die offene Gebahrung bei Vertragsverhandlung und Abrechnung gewährleisten ein hohes Maß an Zusammengehörigkeit und gemeinsamer Verantwortung. Bei Kooperationen gibt es stets einen Auftragnehmer, der gegenüber dem Auftraggebenden Kunden die Gewährleistung für ordnungsgemäße und hochqualitative Arbeit sichert. Deshalb bestimmt dieser Partner in der Kooperation als „primus inter pares“ die qualitativen und finanziellen Eckpunkte des jeweiligen Auftrags. Umgekehrt ist sich jeder Kooperationspartner seiner eigenen Verantwortung zur Erreichung eines guten Auftragsergebnisses bewußt und bringt sich aktiv und solidarisch in die Partnerschaft ein. Gemeinsam können wir Aufträge erlangen, für die wir einzeln zu wenig Gewicht hätten.

### **D2.3 Kooperatives Marketing (Relevanz: mittel)**

Da die Kontakte zu Kunden meist auf persönlicher Ebene passieren, spielt kooperatives Marketing noch wenig Rolle, und reduziert sich auf die gegenseitige Empfehlung bei Kunden, Verlinkung auf Webseiten und/oder PR-Material.

## **D3 ÖKOLOG. GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN**

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

Da die Dienstleistung die ökologischen Aspekte von Produkten, Produktionen, Dienstleistungen der Kunden analysiert und verbessern helfen soll, sehe ich die Relevanz dieses Kriteriums darin, vorzuleben, was man von anderen verlangt. Soweit möglich, bemühe ich mich, lebendes Vorbild für das zu sein, was ich den Kunden als Dienstleistung verkaufe. Das beinhaltet vor allem ein Selbstverständnis, das gewohnte Leben in Hinblick auf Aspekte der Achtsamkeit und des gewaltfreien Miteinanders, sowie auf ökosoziale Aspekte zu hinterfragen und anzupassen. Im direkten Vergleich ist dies erst in der Tiefe erkennbar. Erkenne ich, dass Dienstleistungen oder Produkte von Mitbewerbern sinnvoller, effizienter, ökologischer sind, analysiere ich natürlich die eigenen Angebote und optimiere sie stets. Lebenslanges Lernen ist eine Grundhaltung, um im globalen Umfeld den ständig ändernden Rahmenbedingungen

gewachsen zu sein und mit ständig wachsender Problemlösungskompetenz zu guten Lösungen zu kommen.

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

Ein schwieriger Teil der angebotenen Dienstleistung beschäftigt sich mit den Fragen nach dem „richtigen“ Produkt und den Grenzen des nachhaltigen Wachstums. Auch hier dient die eigene Lebenseinstellung - „**Einfach Leben**“ - als Vorbild, um Diskussionen in Unternehmen anzustoßen und alternative Wege zu eröffnen.

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

Die Kommunikation ökologischer Aspekte ist der Kern meiner Dienstleistungen, in jedem Element, in Gesprächen mit Unternehmensführung und allen Mitarbeitern, ebenso wie mit den Stakeholdern von Unternehmen in deren Zulieferkette oder Kunden, bis hin zu Behörden und Verbrauchern.

## **D4 SOZIALE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN**

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

Dieser Indikator spielt in meinem Angebotsportfolio noch keine Rolle, da ich mit diesen Kundengruppen noch nicht in Berührung gekommen bin.

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

Für die von mir angebotenen Dienstleistungen bin ich auch als Förderberater im Umweltservice Salzburg gelistet. Bei jedem Auftrag werden Möglichkeiten der Förderung innovativer, nachhaltiger Maßnahmen und Investments angesprochen und konkrete Fördermöglichkeiten angeboten, bei Bedarf unter Einbeziehung darauf

spezialisierte Netzwerkpartner. Das Angebot an Unterstützung für gemeinwohlorientierte Unternehmen ist gering, jedoch die Voraussetzung, um sich hier zu engagieren, ist ein ökonomisch gesundes Unternehmen.

## D5 ERHÖHUNG DES SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS

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

Unter dem Slogan „*the Knowledge Company*“ zielt mein Netzwerk darauf ab, geeignete, hochqualifizierte und vor allem hochkompetente Beratungsdienstleistungen zu bieten, die den ökologischen und sozialen Standard in der Wirtschaft weiter zu erhöhen helfen, und eine auch an der Entwicklung der regionalen Gesellschaft gemessene bessere Lebensqualität zu erreichen. Der holistische Ansatz, der über Unternehmensgrenzen hinausgeht, ist eine gute Methode dafür. Die laufenden Rückmeldungen beim Umweltservice Salzburg, die Diskussionen um Entwicklung weiterer verbesserter Dienstleistungen, der Anwendbarkeit gesellschaftlicher Normen (Gesetze, Vorschriften, Standards), wie sie zur Zeit sehr intensiv durch europäische Rahmenregelungen in Wandlung begriffen sind, sind wichtige Elemente der Arbeit. Die Komplexität der Themenstellung fordert unser Netzwerk heraus, und macht nicht halt an nationalen Grenzen.

Gerade in der Aufgabe der Betreuung eines globalen Netzwerkes in der industriellen Entwicklungshilfe geht es vor allem um die Schaffung von Kooperationsprojekten entlang von Wertschöpfungsketten, Projekte mit dem Ziel des Aufbaus und der Optimierung von Eco-Industrial Park (Gewerbeparks) stehen unter dem Motto, um Synergien zu zeigen und zu nutzen.

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

Die Beteiligung in der Diskussion um Nachhaltigkeits-Standards mit Experten des Landes und des Bundes, sowie der Universitäten, die Teilnahme an nationalen Foren, wie dem Ressourcenforum Austria (Initiative „ressourcenleichtes Leben“), sowie die Beteiligung an der GWÖ-Bewegung sind meine aktiven Beiträge zur Erhöhung der Standards und Verbreitung eines Nachhaltigkeitsdenken in der Bevölkerung.

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

Ich biete sehr komplexe und einmalige Beratungen, es sind nur wenig Standardisierungen der Dienstleistungen möglich. Das Geschäftsvolumen ist im Steigen begriffen, die Nachhaltigkeit der Wirtschaft ist eine Denkhaltung, bei der wir heute erst am Anfang sind, obgleich das gegenwärtige Wirtschafts- und Gesellschaftssystem sehr klar und fast täglich das Ende der Gültigkeit seiner Methoden und auch ethischen Prinzipien zeigt.

## **E1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE / DIENSTLEISTUNGEN**

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

Keine meiner Dienstleistungen erfüllt irgendwelche Grundbedürfnisse von Endkunden, gleichzeitig sind alle meiner Dienstleistungen langfristig auf die Überlebensfähigkeit unserer Gesellschaft in der globalen Biosphäre ausgerichtet, verbunden mit Kriterien einer nachhaltigen resilienten Gesellschaft, für ein friedvolles Miteinander.

Sind z.B. Managementsysteme einerseits oft nur Argumentationshilfen, um keine gravierenden Änderungen in Unternehmen starten zu müssen, dienen sie doch andererseits dem systemischen und langfristigen Denken und einer neuen strategischen, holistischen Denkweise, die unsere Gesellschaft in einem transformativen Bildungsprozess erlernen und umsetzen sollten.

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

Die Dienstleistungen sind im ständigen Wandel, im kritischen Diskurs zu neuen Trends und auch mit alterprobten Vorgehensweisen, um zu einem guten Endergebnis zu führen.

## **E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN**

### **E2.1 Leistungen (Relevanz: hoch)**

### **E2.2 Wirkungen (Relevanz: hoch)**

### **E2.3 Intensität (Relevanz: niedrig)**

Alle diese Themen sind bei mir – als Einzelunternehmer – in einer Person verankert.

Die von mir angebotenen Leistungen erhöhen die Lebensqualität im Umfeld der Unternehmen – durch die Einflußnahme auf die betriebliche Kultur des Miteinander, das Zusammenbringen von unterschiedlichen Disziplinen, fördert nachhaltiges Denken und partizipatives Miteinander. Ergebnis ist eine höhere Motivation, meist gesteigerte Identifizierung mit dem Unternehmen und seinen Produkten, bewußteres Wahrnehmen der eigenen Region als Gesellschaftssystem, das von den Leistungen profitieren soll.

Wie ich meine Wirkungen quantifizieren könnte, habe ich noch nicht ermittelt. Dazu fehlen auch regionale Indikatoren, auf die man Bezug nehmen kann. Ein Ansatz dazu war die Definition der Umwelt-Qualitätsziele des Landes Salzburg, sowie die Ermittlung von „Umweltbelastungspunkten von Regionen in Österreich, im Auftrag des Umweltministeriums (1998).

Die Intensität meiner Dienstleistungen ist immanent in den Aufträgen mit Kunden definiert, meist ist es eine Begleitung bei deren Änderungsprozessen.

Für mich als Einzelunternehmer ist es mein Lebensweg. Auf Grund der beruflichen Auslastung engagiere ich mich wenig im Gemeinwesen, außer in einschlägigen Vereinigungen (Ressourcenforum, Gemeinwohlökonomie, Umweltservice Salzburg, TU Graz, im Rotary Club, etc.) als Impulsgeber und Initiator; bleibe dabei allerdings eher im Hintergrund.

## **E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN**

### **E3.1 Absolute Auswirkungen (Relevanz mittel)**

Das Büro befindet sich im eigenen Haus. Es wird für das gesamte Haus (Baujahr 2007) jährlich eine Energie- und Wasserverbrauchsbilanz erstellt, und mit den Vorjahren verglichen. Da das Büro nur ein Raum im gesamten Haus ist, sind die Auswertungen, auf Quadratmeterbasis oder auf die Person bezogen, für das Unternehmen eher zu hoch. Meine berufliche Tätigkeit erfolgt vielfach außerhalb des Büros. Es für mein Unternehmen nicht von hoher Relevanz, diese Auswirkungen noch genauer zu quantifizieren, da die Hebel für weitere relevante Änderungen nicht zu erkennen sind.

Die Transportfrage ist ungleich relevanter. Hier kommen zu den Kfz-Transportemissionen noch weitere bedingt durch Flugreisen im Auftrag der UNIDO dazu.

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

Aspekt	Gesamt	Pro MA	Vergleich Branche
Strom/ Energieverbrauch (inkl. Wärmepumpenstrom) in KWh	15344 kWh Haus gesamt	Ca. 73 kWh/m <sup>2</sup>	110 kWh/m <sup>2</sup>
CO <sub>2</sub> Ausstoß aufgrund Stromverbrauch (Strom, Wärme)	Haus gesamt: 26 kg CO <sub>2</sub> jährlich	Ca. 0,124 kg/m <sup>2</sup> ,a	
CO <sub>2</sub> Ausstoß aufgrund von Transport	Für ca. 40.000 km ..	6 to CO <sub>2</sub> /a	k.W.

### E3.2 Relative Auswirkungen (Relevanz: hoch)

Nicht bewertet

### E3.3 Management und Strategie (Relevanz: hoch)

Die Beschäftigung mit Umweltauswirkungen, Strategien der Umsetzung und Kennzahlen ist zwar täglich Brot meiner Arbeit, jedoch habe ich weder ein zertifiziertes Managementsystem noch eine dokumentierte Umweltbilanz. Aus eigener Einschätzung ist der bewußte Umgang mit den Ressourcen hoch, die möglichen Verbesserungen durch ein ausführlich dokumentiertes extern zertifiziertes Managementsystem dem dafür notwendigen Aufwand in keiner Relation gegenüberzustellen.

## E4 GEMEINWOHLORIENTIERTE GEWINNVERTEILUNG

### E4.1 Außenausschüttung (Relevanz: hoch)

Mein Unternehmen hat kein Vermögen, negatives Eigenkapital. Diese Fragen stellen sich erst später. Das Unternehmensziel ist es, den für den Erhalt der Familie erforderlichen Kapitalbedarf zu erwirtschaften, und die gesetzlich geforderten sozialen Abgaben (Mehrwertsteuer, Einkommenssteuer, Sozialversicherungsabgaben, Stadt-Abgaben) abzuliefern.

#### **E4.2 Gemeinwohlorientierte Gewinnverwendung**

Jährlich spende ich ca. 5 -10 % an soziale Organisationen

### **E5 GESELLSCHAFTL. TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG**

Dies ist mein erster Bericht nach den GWÖ-Kriterien.

#### **E5.2 Mitbestimmung**

Die regionalen Berührungsgruppen sind vor allem Behörden in Zusammenhang mit den umweltrechtlichen Konformitätsprüfungen für Unternehmen oder bei Betriebsanlagengenehmigungsverfahren.



## AUSBLICK

### KURZFRISTIGE ZIELE

Erwirtschaftung eines positiven Eigenkapitals, um mich aktiv in Dingen der Gemeinwohlökonomie beteiligen zu können.

### LANGFRISTIGE ZIELE

Investition von Gewinnen in Projekte zur ökosozialen Entwicklung der Gesellschaft an den Orten, wo es am nötigsten ist, um Flüchtlingsströme zu minimieren.

## BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ

Michael Fegerl, Eigentümer, Einzelunternehmer

Peergruppe in GWÖ Salzburg, unter der Leitung von Sabine Lehner

Zeitraum: Mai – Oktober 2016

Aufwand ca. 24 Stunden, zuzügl. der Workshop-Anwesenheit

Datum: 17. November 2016

---